

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Self-disclosure (pengungkapan diri) adalah bentuk komunikasi interpersonal di mana individu membagikan, menceritakan atau menginformasikan tentang dirinya kepada orang lain. *Self-disclosure* merupakan kesediaan individu membagi informasi diri pribadi berupa ide, perasaan dan fantasi serta mengungkapkan reaksi dan tanggapan terhadap suatu situasi yang umumnya disembunyikan namun disampaikan sehingga orang lain mengetahui apa yang dipikirkan, dirasakan dan diinginkan (Rabbani, 2021). Menurut Leary, McDonald, dan Tangney, *self* adalah kelengkapan psikologis yang memungkinkan refleksi diri berpengaruh terhadap pengalaman kesadaran, yang mendasari semua jenis persepsi, kepercayaan, dan perasaan tentang diri sendiri serta hal-hal yang dapat meregulasi tentang perilakunya sendiri (Ningsih, 2015). Secara bahasa, *self* berarti diri sendiri, *disclosure* dari kata *closure* yang berarti penutupan atau pengakhiran. Sehingga, *disclosure* sendiri memiliki arti keterbukaan atau terbuka. Dengan demikian, *self disclosure* adalah pengungkapan diri atau keterbukaan diri, namun beberapa ahli menyebutnya sebagai pengungkapan diri.

Menurut Wei, M., Russel, & Zakalik, *self disclosure* adalah “*individual’s the verbal communication of personality relevant information, thoughts, and feelings in order to let themselves be know to others*”. Yang artinya *self-disclosure* merupakan suatu komunikasi verbal mengenai informasi seorang individu yang relevan, pikiran, dan perasaan yang disampaikan, agar individu-individu lain mengetahui tentang dirinya (Pamuncak, 2011). Dalam tujuan dan fungsi komunikasi antarpribadi diterangkan bahwa komunikasi tersebut dapat menjalin suatu hubungan yang lebih bermakna dengan individu lain. Terbentuknya suatu hubungan yang lebih bermakna tentu saja tidak lepas dari adanya *self-disclosure* atau

pengungkapan diri. *Self-disclosure* sendiri merupakan bentuk komunikasi yang mengungkapkan siapa diri kita ke orang lain.

Devito menjelaskan bahwa *self-disclosure* atau pengungkapan diri adalah jenis komunikasi dimana seseorang mengungkapkan informasi tentang dirinya yang biasanya individu tersebut sembunyikan (Ningsih, 2015). *Self-disclosure* merupakan pengungkapan informasi mengenai diri sendiri yang biasanya tidak diketahui oleh orang lain. Individu membuka diri ketika individu tersebut membagikan informasi pribadi mengenai diri sendiri, seperti harapan, ketakutan, perasaan, pikiran dan pengalaman (Wood, 2012). Membuka diri cenderung mengundang orang lain untuk membuka diri juga (Wood, 2012). *Self-disclosure* mengenai informasi tentang diri sendiri, tentang pikiran, perasaan, dan perilaku seseorang; atau tentang orang lain yang sangat dekat yang sangat dipikirkannya (Devito, 2011). Dengan demikian, *self-disclosure* menandai kedekatan atau keintiman hubungan yang ada.

Keterampilan komunikasi termasuk *self-disclosure* yang dipengaruhi oleh lingkungan dimana seseorang bertingkah laku. Faktor-faktor yang menjadi penyebab kesulitan dalam berkomunikasi adalah faktor lingkungan diantaranya; pola asuh, budaya, stereotipe, sosial ekonomi, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan seseorang (Emmons, 2012). Adapun faktor yang mempengaruhi *self-disclosure* adalah jenis kelamin. Yang pada umumnya pria lebih kurang terbuka dari pada wanita. Seseorang untuk mengungkapkan diri pasti melalui komunikasi agar dapat menjalin hubungan antara individu lain, karena manusia selalu melakukan interaksi dengan lingkungannya, dimana komunikasi merupakan sarana mendapatkan dan memberi informasi yang diperlukan untuk mempengaruhi orang lain.

Seperti halnya keterbukaan dalam kefanatikan *fans* di dunia K-Pop yang turut memengaruhi pengembangan individu dengan membantu orang belajar untuk mengatasi emosi dan perasaan kecewa. *Fans* K-Pop dapat bersatu dan memberikan perasaan memiliki yang bermanfaat bagi individu sehingga bisa terbawa ke tempat di mana mereka tinggal (Jacobson, 2013).

Literatur terbaru tentang penggemar K-Pop telah menjawab kemungkinan alasan tentang mengapa individu menemukan K-Pop menjadi menyenangkan. Alasan-alasan ini terkait dengan harga diri, pelarian dari kehidupan sehari-hari, hiburan, kebutuhan keluarga, faktor ekonomi, dan kualitas estetik atau seni. Namun, seorang *fans* biasanya memilih satu tim tertentu untuk digemari. Dalam dunia fandom dikenal dua istilah, yakni *fangirl* dan *fanboy*

Adapun *Fangirl* K-Pop atau *fans* wanita yang merupakan julukan untuk sekumpulan gadis yang memiliki dedikasi yang tinggi pada idolanya bahkan menjadi terobsesi dengannya. Idola yang dimaksud bisa merupakan seseorang yang nyata, maupun karakter fiksi. Namun biasanya *fangirl* identik dengan para pecinta dunia hiburan ataupun *public figure* dari luar dunia hiburan, seperti atlet misalnya. Pengertian *fangirl* yang luas seperti ini kemudian membuat publik lebih mengerucutkannya sebagai sekumpulan *fans* yang terdiri dari gadis-gadis yang menyukai solois maupun grup musik, salah satunya *boyband* dan *Fangirl* memang terkenal dengan dedikasinya yang tinggi pada idolanya, tak heran mereka bahkan mendapat pengaruh yang cukup signifikan karena efek idolanya.

Seperti salah satu seorang model Korea Han Hye Jin yang mengaku *fans* berat dari Jungkook BTS. Dalam acara *LOVE NAGGERS 3* Han Hye Jin mengatakan bahwa ia *fans* dari Jungkook BTS. Han Hye Jin mengungkapkan bahwa ia menyimpan video dengan bookmark di *Instagram* yang rupanya ia telah menyimpan sekitar 500 video Jungkook. Menurut netizen Han Hye Jin sudah menjadi *fangirl* sejak SMP. Han Hye Jin juga merupakan fans dari Xiumin EXO (Vara, 2020).

Selain *fangirl*, ada juga istilah *fanboy*. Seorang *fanboy* juga ingin dikatakan sebagai fans yang dominan dibandingkan dengan *fangirl*. Hal ini terjadi karena menurut mereka, *music* tidak melarang *fanboy* untuk turut menggemarinya (Ha, 2015). Menurut (Ha, 2015) juga mengungkapkan bahwa seorang *fanboy* sangat mencolok dalam menunjukkan identitasnya sebagai *fanboy*. Mereka melakukan hal tersebut karena adanya keinginan untuk menolak prinsip maskulinitas yang telah diterapkan dalam

masyarakat. Dengan munculnya idol K-Pop baru yang menampilkan sisi maskulinitas dalam pembawaannya sebagai seorang idol yang dapat diterima oleh masyarakat juga mendorong para *fanboy* untuk menjadikannya *role model* dan tidak merasa malu untuk menunjukkan identitasnya sebagai seorang *fanboy*.

Salah satu contoh dari *fanboy* adalah kasus Oli London yang merupakan *fanboy* dari Jimin BTS yang menghabiskan 100 ribu dolar AS untuk operasi plastik agar bisa memiliki wajah mirip idolanya. Oli mengubah warna rambutnya menjadi pink dan menjalani prosedur operasi plastik untuk mengubah bentuk pipi, bibir, dan rahang. Ia juga menerapkan *facelift* tanpa operasi menggunakan benang jarum yang dilaksanakan oleh dokter di *Comestic Facial UK*. Oli mengaku terobsesi dengan BTS sejak grup idol asal Korea Selatan itu debut pada 2013. Ia menjadi tajuk utama pada Oktober setelah tampil di *Barcroft TV Documentary Hooked On The Look* yang menampilkan prosedur operasi plastik ekstrem yang dilakukannya agar bisa mirip dengan Jimin (Mutiah, 2018).

Fangirl dan *fanboy* memiliki cara yang berbeda dalam mengekspresikan kesukaan terhadap idolanya. *Fangirl* lebih ekspresif seperti rela menabung untuk membeli *merchandise* yang berkaitan dengan idolnya atau memiliki keinginan menjadi pasangan dari idol tersebut. Sedangkan *fanboy*, khususnya jika mereka menggemari *boyband* ia hanya memiliki rasa kekaguman dan ketertarikan saja seperti lagu, *fashion* atau *dance*, bahkan *fanboy* ikut mengcover gerakan *dance* tersebut walaupun *dance* itu tergolong sulit dan *powerfull*. Ada juga *fanboy* yang mengcover lagu-lagu yang berkaitan idolnya. Bukan hanya itu *fanboy* juga memiliki banyak teman wanita.

Pembentukan identitas *fanboy* dan *fangirl* terjadi karena adanya komunikasi. Identitas diri, baik dalam pandangan diri sendiri maupun orang lain, dibentuk ketika seseorang secara sosial berinteraksi dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari. Seseorang mendapatkan pandangan serta reaksi dari orang lain dalam interaksi sosial dan sebaliknya, memperlihatkan rasa identitas dengan cara mengekspresikan diri dan merespon orang lain. *Subjectio dimension* akan identitas merupakan perasaan diri pribadi sendiri,

sedangkan *ascribed dimension* adalah apa yang orang lain katakan tentang diri seseorang. Dengan kata lain rasa identitas terdiri dari makna – makna yang dipelajari dan didapatkan dari diri pribadi, makna – makna tersebut diproyeksikan kepada orang lain kapan pun ketika berkomunikasi, sesuatu proses yang menciptakan diri yang digambarkan (Littlejohn, 2012) .

Mengenai *fanboy* yang menyukai *boyband*, banyak masyarakat yang menanggapi hal tersebut *gay* seperti salah satu seorang *fans* berat dari Eunhyuk Super Junior yang mengungkapkan cerita sedih nya saat ia dibully teman-temannya karena mengidolakan Super Junior. Dari banyak nya kritikan, ada juga yang menyebutnya menjijikkan karena menyukai Super Junior. Bahkan, *fans* Eunhyuk itu mengaku dituduh sebagai *gay* karena sangat menggemari *boyband* dan bukan *girlband* (Safitri, 2018). Dengan mengetahui fakta ini, tidak semestinya orang memberi cap atau menganggap seseorang sebelah mata hanya karena kesukaannya berbeda dengan kebanyakan orang. Dari uraian diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mendalam mengenai ***SELF-DISCLOSURE FANBOY ARMY BTS.***

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah, bagaimana bentuk *self-disclosure fanboy ARMY BTS*?

1.3 Tujuan Masalah

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana bentuk *self-disclosure fanboy ARMY BTS*

1.4 Manfaat Masalah

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pemahaman dan pengetahuan khususnya dalam bidang *self-disclosure*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi untuk mengetahui gambaran bagaimana seseorang *fans* laki-laki mengidolakan *boyband* BTS. Dan bisa menjadi evaluasi mengenai sikap tertentu yang dapat dilakukan oleh seluruh *fans*.

