

Hubungan antara Citra *Girlband* dengan *Self Concept* Remaja

Zuraida Novi Annisa, M.E. Fuady

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

zuraidanovi@gmail.com

Abstract—The Korean Wave or Hallyu phenomenon is currently increasingly prevalent affecting foreign countries from Europe to Asia, including in Indonesia. Products from the Korean Wave such as the Korean Pop music group (K-Pop), Korean dramas, Korean brand beauty products until Korean travel services are increasingly favored by the public, especially teenagers. Many teenagers in Indonesia idolize Korean artists, especially those from Korean girl groups and boy bands. Red Velvet is one of the girl groups from South Korea who debuted in 2014. Until now, the Red Velvet girl band is still active and increasingly popular in various countries. They released many songs and won various awards, the Red Velvet girl band also has a fanbase in all over the world, named ReVeluv. In Indonesia, their fanbase was called ReVeluv Ina Union, which is spread in many cities in Indonesia, including Bandung, with fans who come from among the ages, including teenagers as the majority. As a fan, the Red Velvet girl group has a big influence on themselves, especially teenagers who are forming a self-concept in themselves. This study aims to determine how the relationship between the image of the Red Velvet girl band with the teenage self-concept. This study uses a quantitative-correlational type of research with a positivistic paradigm. The population of the research respondents is teenagers who were members of the ReVeluv Ina Union Bandung fanbase. The sampling technique uses the Slovin formula with a 5% inaccuracy allowance. The result from this research showed there's a relationship between the image of Red Velvet girlband with self concept among the teenage in ReVeluv Ina Union Bandung fanbase, with the result of correlation test is 0.653.

Keywords—*image, girlband, self-concept, adolescents.*

Abstrak—Fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu* saat ini semakin marak memengaruhi mancanegara dari mulai benua Eropa hingga Asia, termasuk di Indonesia. Produk-produk dari *Korean Wave* seperti grup musik Korean Pop (K-Pop), drama-drama Korea, produk kecantikan *brand* Korea, hingga jasa perjalanan wisata Korea, semakin digemari oleh masyarakat terutama remaja. Remaja di Indonesia banyak yang mengidolakan artis-artis Korea terutama yang berasal dari kalangan *girlband* dan *boyband* Korea. *Red Velvet* merupakan salah satu *girlband* asal Korea Selatan yang memulai debutnya sejak tahun 2014. Hingga saat ini *girlband Red Velvet* masih aktif dan semakin populer dikenal di berbagai negara. Telah mengeluarkan banyak lagu serta meraih berbagai penghargaan, *girlband Red Velvet* ini juga memiliki *fanbase* yang tersebar di seluruh dunia yang bernama ReVeluv. Di Indonesia, dinamakan ReVeluv Ina Union yang tersebar di banyak kota yang ada di Indonesia, termasuk kota Bandung,

dengan penggemarnya yang berasal dari kalangan usia, termasuk kalangan remaja sebagai mayoritasnya. Sebagai seorang penggemar, *girlband Red Velvet* memiliki pengaruh yang besar dalam diri mereka, khususnya para remaja yang sedang membentuk *self concept* di dalam dirinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara citra *girlband Red Velvet* dengan *self concept* remaja. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif-Korelasional dengan paradigma Positivistik. Populasi responden penelitiannya adalah remaja yang merupakan anggota *fanbase ReVeluv Ina Union Kota Bandung*. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan persen kelonggaran ketidaktelitian sebesar 5%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara citra *girlband Red Velvet* dengan konsep diri remaja yang ada di *fanbase ReVeluv Ina Union Kota Bandung*, dengan hasil uji korelasional sebesar 0.653.

Kata Kunci—*citra, girlband, self concept, remaja.*

I. PENDAHULUAN

Pada era Milennial seperti ini, informasi dapat diakses dimana saja, sehingga banyak remaja yang mengetahui hal-hal baru, salah satunya budaya Korean Pop atau K-Pop yang digemari oleh kaum remaja. Akses budaya K-Pop saat ini semakin mudah seiring dengan kecanggihan teknologi yang kian hari kian berkembang. Menurut Fuady (2005, p.255-256) dalam jurnal yang berjudul "*Cybercrime: Fenomena Kejahatan melalui Internet di Indonesia*", internet memudahkan manusia dalam menjalani aktivitas. Keterbatasan ruang, jarak dan waktu ketika melakukan aktivitas secara fisik menghilang seiring dengan adanya internet. Realitas tersebut dinamakan *cyberspace* yang memberikan kesenangan, kemudahan serta keuntungan bagi manusia dalam memperoleh informasi antar mancanegara.

K-Pop merupakan musik Korea populer yang berasal dari Korea Selatan. Lagu-lagu yang disuguhkan oleh K-Pop beragam, menggunakan bahasa Korea maupun percampuran dari bahasa Korea dengan bahasa Inggris dengan *genre pop, hiphop, ballad, swing*, dan berbagai *genre-genre* lainnya. Selain menyanyi, musik K-Pop sendiri menggabungkan unsur tarian atau *dance*. Di Indonesia, fenomena *Korean Wave* sangat mempengaruhi berbagai bidang. Album-album grup musik Korea laris

manis terjual, sama halnya dengan tiket konser artis-artis Korea yang habis diserbu fans nya kurang dari lima menit. Diantara semua produk budaya Korea tersebut, grup musik Korea atau grup K-Pop menjadi hal yang sangat booming di Indonesia dan banyak digemari baik itu grup musik wanita (*girlband*) hingga grup musik pria (*boyband*).

Meskipun masyarakat Indonesia khususnya remaja banyak yang menyukai K-Pop, namun ada saja pihak-pihak yang kontra terhadap industri K-Pop. Seringkali banyak komentar dilontarkan oleh netizen Indonesia ketika ada hal-hal yang membahas tentang grup K-Pop. Masyarakat Indonesia yang kontra akan maraknya grup K-Pop seringkali mengutarakan kalimat-kalimat sindiran maupun *hate speech*, baik itu di dalam kolom komentar postingan Instagram, cuitan di Twitter, maupun laman komentar Youtube dalam video musik dari grup K-Pop terkait. Komentar-komentar yang dilontarkan pun terkesan mengandung unsur 'sarkasme', sehingga grup K-Pop dipandang sebelah mata karena dianggap membawa pengaruh buruk, padahal keberadaan grup K-Pop saat ini juga bisa membuat terbentuknya suatu hal yang positif di kalangan penggemarnya. Terbukti bahwa banyak remaja yang mengikuti tren grup K-Pop dari mulai mengikuti gaya pakaian, dandanan, kegiatan, bahkan sifat-sifat positif sesuai dengan idolanya.

Dari sekian banyaknya artis di *SM Entertainment*, salah satu *girlband* yang saat ini masih aktif dan baru *comeback* di akhir tahun 2019 lalu, adalah *girlband Red Velvet*. Selama kurang lebih lima tahun berkarya, *Red Velvet* sudah memiliki banyak lagu, terhitung sudah 14 album yang di *launching*. Meskipun saat ini *Red Velvet* menjadi *girlband* yang berpengaruh di industri K-Pop, jalan debutnya diawal tidak semulus *girlband* naungan *SM Entertainment* lainnya. *Red Velvet* dianggap sebagai *girlband* yang belum terbentuk talentanya, mengingat usia mereka yang masih muda sewaktu debut. *Red Velvet* sendiri sering dikaitkan sebagai pengalihan isu yang dijadikan senjata oleh *SM Entertainment* ketika sedang terkena berita-berita tidak sedap.

Seiring berjalannya waktu, *Red Velvet* mampu bangkit dan membuktikan kepada publik bahwa mereka bukan *girlband* yang tidak memiliki kemampuan untuk bernyanyi dan menari. *Girlband Red Velvet* pun dapat dibilang bersih dari skandal maupun isu berkencan (*dating*), karena karyanya yang bagus serta pembawaan sikap dari seluruh anggotanya yang baik, membuat *Red Velvet* mempengaruhi banyak orang dan tak jarang banyak yang menjadikan *Red Velvet* sebagai sumber inspirasi ataupun sebagai penggemar berat mereka. Penggemar *girlband Red Velvet* pun tidak hanya dari kalangan laki-laki namun juga perempuan.

Konsep diri pun terbentuk dengan adanya pengaruh orang lain atau *significant others* dan kelompok rujukan. Konsep diri mampu terbentuk ketika seseorang mengidolakan orang lain yang menjadi sumber inspirasinya. Adapun kelompok rujukan juga berpengaruh, seperti contoh *fanbase girlband Red Velvet* sebagai

kelompok rujukan seorang remaja penggemar *girlband Red Velvet*. Remaja tersebut berada di dalam satu lingkup yang sama yaitu *fanbase girlband Red Velvet*, maka secara tidak langsung, terjadi interaksi serta pertukaran informasi antar sesama fans yang lama kelamaan akan memberikan pengaruh dalam konsep diri fans *girlband Red Velvet*. Hal ini terjadi karena di dalam citra dan konsep diri terdapat komponen-komponen yang melibatkan diri seseorang dan termasuk ke dalam bagian dari komunikasi interpersonal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan diperoleh rumusan masalah yaitu **"Bagaimana Hubungan Antara Citra Girlband Dengan Self Concept Remaja?"**. Penelitian kali ini menggunakan metode Kuantitatif-Korelasional. Adapun identifikasi masalahnya adalah :

1. Apakah terdapat hubungan antara pengetahuan tentang citra *girlband Red Velvet* dengan pembentukan *self concept* remaja?
2. Apakah terdapat hubungan antara perasaan tentang citra *girlband Red Velvet* dengan pembentukan *self concept* remaja?
3. Apakah terdapat hubungan antara kesan tentang citra *girlband Red Velvet* dengan pembentukan *self concept* remaja?

Dengan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui hubungan antara pengetahuan tentang citra *girlband Red Velvet* dengan pembentukan *self concept* remaja.
2. Untuk mengetahui hubungan antara perasaan tentang citra *girlband Red Velvet* dengan pembentukan *self concept* remaja.
3. Untuk mengetahui hubungan antara kesan tentang citra *girlband Red Velvet* dengan pembentukan *self concept* remaja.

II. LANDASAN TEORI

Ardianto (2016:98) dalam bukunya yang berjudul *"Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif"* mengungkapkan bahwa pengetahuan, perasaan atau penilaian serta pengalaman (kesan) adalah satu kesatuan yang terorganisasi dalam diri manusia dan menjadi komponen-komponen dalam terbentuknya sebuah citra. Sementara menurut Boulding (1956) dalam buku yang berjudul *"The Image : Knowledge in Life and Society"* di dalam *Journal of Peace Education and Social Justice* (Tony, 2013: p.30) disebutkan bahwa, *"image is built up as a result of all past experience of the possessor of the image. Part of the image is the history of the image itself"*. Citra merupakan hal yang penting dan digunakan dalam lingkup Public Relations. Melalui sebuah citra, mampu terbentuk pandangan dari publik terhadap suatu lembaga, perusahaan, atau individu tersebut.

Dalam penelitian kali ini digunakan Teori Modernisme sebagai *grand theory* yang memiliki asumsi menurut Kriyantono (2015:57-58) bahwa teori modernism mendasari ilmu Public Relations untuk dapat fokus kepada tujuan yang ingin dicapai dan dapat lebih detail

menguraikan tujuan-tujuan tersebut agar dapat diukur dan dapat mencapai hasil seperti perubahan kesadaran, sikap dan perilaku publik. Sementara *applied theory*, penulis menggunakan teori Citra dari Kenneth E. Boulding (1956) dalam Tony (2013: p.30) yang menyebutkan bahwa citra terbentuk berdasarkan tiga hal yaitu pengetahuan, perasaan dan kesan.

Adapun teori lainnya yaitu Konsep Diri yang dikatakan oleh Rogers dalam Sobur (2016:436) bahwa konsep diri atau *self concept* memiliki pengertian sebagai “bagian sadar dari ruang fenomenal yang disadari dan disimbolisasikan, yaitu “aku” merupakan pusat referensi setiap pengalaman”. Konsep diri mampu terbentuk karena adanya berbagai faktor yaitu dari internal dan faktor eksternal. Faktor pembentuk konsep diri yang pertama adalah internal yaitu keluarga, sebagai lapisan terdekat yang lekat dengan seseorang. Lalu faktor eksternal adalah orang lain yang memengaruhi perilaku, pikiran serta perasaan yang mampu membentuk konsep diri karena kontribusinya, seperti kalangan *public figure*, pahlawan, teman, idola, bahkan siapapun. Faktor eksternal lainnya adalah kelompok rujukan atau *reference group* yang bersifat mengikat dan berpengaruh terhadap proses pembentukan konsep diri seseorang (Rakhmat, 2019:124-128).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis dan Pembahasan Hubungan Antara Hipotesis Sub-Variabel Pengetahuan (X1) dengan Konsep Diri (Y)

Hasil uji koefisien korelasional menunjukkan bahwa pengetahuan dan konsep diri memiliki hubungan dengan tingkatan yang sedang berdasarkan hasil uji koefisien korelasional sebesar 0.513. Kedua variabel memiliki hubungan yang signifikan dengan arah hubungan yang positif dan searah. Dalam hal ini, aspek pengetahuan tentang citra *girlband Red Velvet* mampu membuat adanya pembentukan konsep diri remaja penggemar *girlband Red Velvet* yang sedang mencari jati diri. Semakin banyak hal yang diketahui tentang *girlband Red Velvet*, maka akan semakin memengaruhi proses pembentukan citra kepada aspek selanjutnya. Selain itu, karena adanya pengetahuan tentang citra *girlband Red Velvet*, penggemar cenderung akan memasukkan seluruh pengetahuan yang di dapat ke dalam memori dan tercatat sebagai pengetahuan baru.

B. Analisis dan Pembahasan Hubungan Antara Hipotesis Sub-Variabel Perasaan (X2) dengan Konsep Diri (Y)

Hasil uji koefisien korelasional menunjukkan bahwa perasaan dan konsep diri memiliki hubungan dengan tingkatan yang kuat berdasarkan hasil uji koefisien korelasional sebesar 0.608. Kedua variabel memiliki hubungan yang signifikan dengan arah hubungan yang positif dan searah. Dalam hal ini, aspek perasaan tentang citra *girlband Red Velvet* mampu membuat adanya pembentukan konsep diri remaja penggemar *girlband Red Velvet* yang sedang mencari jati diri. Konsep diri terbentuk

melalui faktor orang lain, yakni idola para remaja yaitu *girlband Red Velvet* dan kelompok rujukan yaitu *fanbase ReVeluv Ina Union Kota Bandung* yang memiliki motivasi dan tujuan yang sama sebagai penggemar *girlband Red Velvet*. Perasaan yang timbul muncul dikarenakan telah adanya pengetahuan tentang *girlband Red Velvet*. Hal tersebut saling berpengaruh dalam pembentukan citra.

C. Analisis dan Pembahasan Hubungan Antara Hipotesis Sub-Variabel Kesan (X3) dengan Konsep Diri (Y)

Hasil uji koefisien korelasional menunjukkan bahwa kesan dan konsep diri memiliki hubungan dengan tingkatan yang sedang berdasarkan hasil uji koefisien korelasional sebesar 0.583. Kedua variabel memiliki hubungan yang signifikan dengan arah hubungan yang positif dan searah. Dalam hal ini, aspek kesan tentang citra *girlband Red Velvet* mampu membuat adanya pembentukan konsep diri remaja penggemar *girlband Red Velvet* yang sedang mencari jati diri. Kesan menjadi faktor ketiga yang terdapat dalam komponen citra. Ketika sudah didapatkan pengetahuan, lalu perasaan, maka akan timbul kesan sebagai suatu kesimpulan dari masing-masing individu terhadap citra seseorang atau sesuatu hal. Dalam penelitian kali ini, remaja memiliki kesan yang baik terhadap citra *girlband Red Velvet*. Karena terdapat hubungan antara kesan terhadap citra *girlband Red Velvet* dengan pembentukan konsep diri remaja, maka konsep diri akan terbentuk dari citra yang dimiliki oleh *girlband Red Velvet*. Citra yang dimiliki oleh *girlband Red Velvet* merupakan citra yang positif, sehingga konsep diri remaja penggemar *girlband Red Velvet* pun dapat terbentuk dan bersifat positif.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya tentang hubungan antara citra *girlband Red Velvet* dengan pembentukan konsep diri (*self concept*) remaja *fanbase ReVeluv Ina Union Kota Bandung*, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan antara pengetahuan tentang citra *girlband Red Velvet* dengan pembentukan konsep diri (*self concept*) remaja dengan koefisien sebesar 0.513 dengan tingkat hubungan sedang. Koefisien signifikan, positif dan searah. Pengetahuan tentang citra *girlband Red Velvet* ini meliputi; pengetahuan tentang anggota *girlband Red Velvet*, lagu-lagu, pencapaian, maupun kegiatan yang dilakukan oleh *girlband Red Velvet*. Melalui pengetahuan tersebut, muncul adanya proses penyerapan informasi oleh remaja penggemar yang akan diterapkan serta menjadi sifat yang dimilikinya yaitu melalui konsep diri. Dengan adanya peningkatan pengetahuan citra positif yang dimiliki *girlband Red Velvet* maka akan membuat konsep diri yang terbentuk dalam diri remaja penggemar pun semakin meningkat

dan positif.

2. Terdapat hubungan antara perasaan tentang citra *girlband Red Velvet* dengan pembentukan konsep diri (*self concept*) remaja dengan koefisien sebesar 0.608 dengan tingkat hubungan kuat. Koefisien signifikan, positif dan searah. Perasaan tentang citra *girlband Red Velvet* ini meliputi; perasaan tertarik, senang, bahagia, kagum, familiar, ketika melihat anggota maupun kegiatan dan hal-hal lainnya yang berhubungan dengan *girlband Red Velvet*. Semakin kuat perasaan yang didapat tentang *girlband Red Velvet*, maka akan semakin besar pula pengaruhnya dengan pembentukan konsep diri remaja, misalnya remaja penggemar menjadi seseorang yang ceria dan tidak menutup diri.
3. Terdapat hubungan antara kesan tentang citra *girlband Red Velvet* dengan pembentukan konsep diri (*self concept*) remaja dengan koefisien sebesar 0.583 dengan tingkat hubungan sedang. Koefisien signifikan, positif dan searah. Kesan tentang citra *girlband Red Velvet* ini meliputi; kesan terhadap kemampuan, *visual*, suara atau kemampuan bernyanyi, kemampuan menari, kemampuan berakting, maupun terhadap karakter dari masing-masing anggota *girlband Red Velvet*. Semakin tinggi kesan yang diterima oleh remaja penggemar *girlband Red Velvet*, maka semakin meningkatkan pula keinginan remaja untuk membangun konsep diri yang baik di depan publik dengan mengikuti apa yang dilakukan oleh idolanya yang bersifat positif, agar remaja memiliki kesan yang positif pula ketika dipandang oleh publik.

V. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan pada sub-bab sebelumnya, maka diperoleh lah beberapa saran :

1. Perlu adanya peningkatan lagi dalam upaya membentuk citra *girlband Red Velvet* untuk memperkuat pengetahuan penggemar, terutama penggemar remaja karena hasil penelitian menunjukkan kekuatan hubungan yang sedang. Dapat dilakukan promosi yang lebih guna untuk menanamkan pengetahuan terhadap informasi tentang prestasi, lagu-lagu, maupun kegiatan yang diikuti oleh *girlband Red Velvet*.
2. Aspek perasaan yang dirasakan oleh penggemar remaja sudah memiliki hubungan yang kuat. Perlu adanya pemeliharaan citra *girlband Red Velvet* agar tetap baik bahkan lebih baik dari sebelumnya, agar hubungan antara perasaan tentang citra *girlband Red Velvet* dengan konsep diri remaja bisa lebih meningkat nilai koefisiennya.
3. Perlu adanya peningkatan lagi dalam upaya membentuk citra *girlband Red Velvet* untuk memperkuat kesan penggemar, terutama penggemar remaja karena hasil penelitian

menunjukkan kekuatan hubungan yang sedang. Dapat dikembangkan lagi tema-tema serta konsep yang cocok menarik perhatian penggemar dan melatih lagi *skill* anggota *girlband Red Velvet*, untuk memberikan kesan yang lebih baik terhadap *visual*, suara atau kemampuan bernyanyi, kemampuan menari, kemampuan berakting, maupun terhadap karakter dari masing-masing anggota *girlband Red Velvet*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardianto, Elvinaro. 2016. Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [2] Fuady, M.E. 2005. "Cybercrime: Fenomena Kejahatan melalui Internet di Indonesia" dalam Jurnal Mediator: Jurnal Komunikasi. Universitas Islam Bandung. Volume 6, Nomor 2, Tahun 2005 (hlm 255-256).
- [3] Jenkins, Tony. 2013. "Reflections on Kenneth E. Boulding's The Image: Glimpsing the Roots of Peace Education Pedagogy" dalam Journal of Education and Social Justice. National Peace Academy. Volume 7, Nomor 1, Tahun 2013 (hlm 30).
- [4] Kriyantono, Rachmat. 2015. Public Relations, Issue & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis & Kualitatif. Jakarta: Prenadamedia Group.
- [5] Rakhmat, Jalaluddin. 2019. Psikologi Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [6] Sobur, Alex. 2016. Psikologi Umum. Bandung: CV Pustaka Setia.