

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

1. Kajian Perilaku

Dalam mengungkapkan mengenai teori tindakan, Weber menfokuskan pada para individu, pola-pola dan regularitas-regularitas tindakan dan bukan pada kolektivitas. Tindakan di dalam arti orientasi perilaku seseorang atau lebih manusia individual. Sosiologi tindakan pada akhirnya memperhatikan para individu, bukan kolektivitas-kolektivitas (Ritzer, 2012: 215).

Weber mengungkapkan metodologi tipe idealnya untuk menjelaskan makna tindakan dengan memperkenalkan empat tipe dasar tindakan.

a. Rasionalitas alat-tujuan

Tindakan yang ditentukan oleh pengharapan-pengharapan mengenai perilaku objek-objek di dalam lingkungan dan perilaku objek-objek dalam lingkungan dan perilaku manusia lainnya. Pengharapan-pengharapan itu digunakan sebagai kondisi-kondisi atau alat-alat untuk pencapaian tujuan-tujuan sang aktor sendiri yang dikehendaki dan diperhitungkan secara rasional.

b. Rasionalitas nilai

Tindakan yang ditentukan oleh kepercayaan yang sadar akan nilai tersendiri suatu bentuk perilaku yang etis, estetis, religius, atau bentuk lainnya, terlepas dari prospek-prospek keberhasilannya.

c. Tindakan afektual

Tindakan yang ditentukan oleh keadaan emosional sang aktor.

d. Tindakan tradisional

Tindakan yang ditentukan oleh cara-cara berperilaku sang aktor yang biasa dan lazim.

Meskipun Weber membedakan empat bentuk tindakan yang khas-ideal, Weber sepenuhnya sadar bahwa setiap tindakan tertentu biasanya memuat kombinasi keempat tipe-tipe ideal tindakan (Ritzer, 2012: 216). Setelah menganalisis tipe tindakan Weber, selanjutnya kita dapat menganalisisnya menggunakan tahapan tindakan Mead. Mead mengidentifikasi empat tahap dasar dan saling berhubungan di dalam tindakan. Empat tahap itu menggambarkan suatu keseluruhan organik.

Keempat tahapan tersebut adalah:

a. Impuls

Tahap pertama adalah impuls (implus, dorongan hati) yang melibatkan rangsangan pancaindra seketika dan reaksi aktor terhadap rangsangan, kebutuhan untuk melakukan sesuatu terhadapnya.

b. Persepsi

Tahap kedua yaitu persepsi, yaitu sang aktor mencari dan bereaksi terhadap stimuli yang berhubungan dengan impuls. Persepsi melibatkan stimuli yang datang, dan juga citra-citra mental yang diciptakannya. Orang tidak hanya berespon seketika terhadap stimuli eksternal, tetapi lebih tepatnya memikirkan, menaksirnya melalui penggambaran mental.

c. Manipulasi

Tahap ketiga adalah manipulasi. Ketika manipulasi telah mewujudkan diri dan objek telah dirasakan, langkah selanjutnya adalah memanipulasi objek atau secara lebih umum mengambil tindakan berkenaan dengannya.

d. Penyelesaian

Fase terakhir tindakan adalah penyelesaian (*consummation*) atau lebih umum mengambil tindakan yang memuaskan impuls.

Jika dikaji lebih lanjut, tidak terdapat perbedaan antara teori perilaku sosial dan tindakan sosial. Paradigma perilaku sosial memusatkan perhatian kepada tingkah laku individu yang berlangsung dalam lingkungan yang menimbulkan akibat atau perubahan terhadap tingkah laku berikutnya (Ritzer, 2011: 92). Giddens juga berpendapat bahwa tindakan sosial atau perilaku sosial (*soziales handeln*) ialah tindakan atau perilaku, dimana arti subyektif yang terlibat, berkaitan

dengan pribadi orang lain atau dengan golongan lain (Giddens, 2009: 180).

Perilaku sosial mungkin berorientasi pada masa lalu, dewasa ini, atau perilaku masa mendatang dari orang-orang lain. Weber menyatakan tidak setiap jenis perilaku merupakan perilaku sosial. (Soekanto, 2011: 37). Sikap-sikap subjektif hanya merupakan perilaku sosial apabila berorientasi ke perilaku pihak-pihak lain. Tidak setiap tipe hubungan antara manusia mempunyai ciri sosial, namun hanya apabila perilaku individual tersebut secara berarti berorientasi pada perilaku pihak-pihak lain. Perilaku seseorang mungkin terpengaruh karena keanggotaannya pada suatu kerumunan dan kesadaran akan keanggotaannya tersebut.

Weber menyatakan bahwa perilaku sosial dapat diterapkan dengan pelbagai cara. Oleh karena itu, Weber mengemukakan bentuk-bentuk perilaku sosial, yaitu:

a. Perilaku sosial berorientasi pada tujuan

Perilaku yang didasarkan pada harapan bahwa obyek-obyek dalam situasi eksternal atau pribadi-pribadi lainnya akan berperilaku tertentu, dan dengan mempergunakan harapan-harapan seperti kondisi atau sarana demi tercapainya tujuan-tujuan yang telah dipilih secara rasional oleh pribadi-pribadi itu.

b. Perilaku sosial yang terkait dengan nilai

Perilaku sosial ini dapat diklasifikasikan oleh kepercayaan secara sadar pada arti mutlak perilaku, sedemikian rupa, sehingga tidak tergantung pada suatu motif tertentu dan diukur dengan patokan-patokan tertentu, seperti estetika atau agama.

- c. Perilaku yang diklasifikasikan sebagai sesuatu yang bersifat afektif atau emosional, yang merupakan hasil konfigurasi khusus dari perasaan pribadi.
- d. Perilaku sosial yang diklasifikasikan sebagai tradisional, yang telah menjadi adat istiadat.

Berbeda dengan Weber yang menyatakan bahwa aktor mungkin akan melakukan rasionalisasi, Giddens menyatakan akan salah menduga bahwa jenis penjelasan yang dicari, diterima, oleh aktor, mengenai perilaku orang lain dibatasi oleh rasionalisasi pelaku, yaitu dimana aktor dianggap cukup memahami apa yang sedang dia lakukan dan kenapa dia melakukannya. Mencari tahu motif seseorang untuk bertindak ketika dia melakukannya kemungkinan adalah mencari elemen-elemen dalam perilakunya yang barangkali tidak sepenuhnya disadari aktor sendiri. Penggunaan Giddens atas istilah motivasi mengacu pada keinginan-keinginan yang mungkin disadari atau tidak disadari oleh aktor, atau mungkin hanya disadarinya beberapa saat setelah melakukan tindakan yang dihubungkan pada motif tertentu, pada kenyataannya cukup berkesesuaian dengan penggunaan awam.

Motivasi manusia mungkin akan tepat dipahami sebagai sesuatu yang tertata secara hierarkhis, baik dalam pengertian perkembangan maupun dalam hubungannya dengan distribusi keinginan di setiap waktu tertentu dalam kehidupan seseorang (Giddens, 2010: 161).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori-teori yang dikemukakan di atas. Peneliti meyakini semua yang dikemukakan oleh tokoh saling berkaitan dan berkesinambungan satu sama lain. Teori-teori tersebut peneliti gunakan untuk menjadi acuan dalam menganalisis perilaku fanatisme penggemar *boyband* Korea (studi pada komunitas *Safel Dance Club*).

2. Fanatisme Penggemar

Fanatisme menurut Kamus Sosiologi menyebutkan bahwa Fanatism (Fanatisme) adalah antusiasme yang berlebihan dan tidak rasional untuk, atau pengabdian kepada, suatu teori, keyakinan, atau garis tindakan, yang menentukan sikap yang sangat emosional, dan kefanatikan misi, dan praktis tidak mengenal batas-batas (Ahmadi, 1990: 108). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 388), fanatik adalah keyakinan (kepercayaan) yang terlalu kuat terhadap ajaran (politik, agama dan sebagainya).

Oxford Advance Learner's Dictionary Of Current English menuliskan bahwa “*Fanatik is a person who is too enthusiastic about something.*” Fanatik adalah seseorang yang mempunyai antusiasme berlebihan terhadap sesuatu.

Fanatisme merupakan ekspresi berlebihan yang disadari atau tidak, menggambarkan kecintaan segolongan manusia terhadap suatu hal tertentu yang telah dianggap dan diyakini sebagai suatu hal yang terbaik bagi diri manusia tersebut. Sementara fanatic adalah perwujudan dari sikap fanatisme, biasanya berupa perbuatan dan tingkah laku, orang yang telah fanatic pada suatu hal tertentu biasanya akan melakukan apa saja untuk memuaskan keinginannya. Efek dari fanatisme tersebut dapat dilihat dari perilaku para penggemar musik tersebut, yang biasanya memuja pada vokalisnya, yang biasanya dilakukan oleh para penggemar ini adalah mengoleksi kaset, CD (*compact disc*), ataupun VCD (*Video Compact Disc*)nya, menonton konser bintang idolanya di berbagai tempat, hingga menata dekorasi kamarnya dengan berbagai gambar dan pernak-pernik bintang idolanya (Nataliawaty, 2002: 27).

Fandom merupakan sebutan lain dari sekelompok penggemar atau *fans*. Fandom berasal dari kata bahasa Inggris *Fan* (penggemar) dan akhiran- dom. Fandom adalah istilah yang digunakan untuk menunjuk pada subkultur, pelbagai hal dan pelbagai kegiatan yang berkaitan dengan penggemar dan kegemarannya (Hollows, 2000: 209).

Banyak penggemar merasa bebas di fandom daripada di luar dalam mengekspresikan diri mereka sendiri, bertanya dan mendiskusikan berbagai pandangan (Jenkins, 2006: 85).

Menurut Joli Jenson (dalam Storey, 2010: 157) literatur mengenai kelompok penggemar selalu dicirikan (mengacu pada asal usul istilahnya) sebagai suatu kefanatikan yang potensial. Hal ini berarti bahwa kelompok penggemar dilihat sebagai perilaku yang berlebihan dan berdekatan dengan kegilaan. Jenson menunjukkan dua tipe khas patologi penggemar individu yang terobsesi (biasanya laki-laki) dan kerumunan histeris (biasanya perempuan). Ia berpendapat bahwa kedua figur itu lahir dari pembacaan tertentu dan kritik atas modernitas yang tidak diakui dimana para penggemar dipandang sebagai simpton psikologis dari dugaan disfungsi sosial. Para penggemar ditampilkan sebagai salah satu dari ‘*liyan*’ yang berbahaya dalam kehidupan modern. ‘Kita’ ini waras dan terhormat; ‘mereka’ itu terobsesi dan histeris.

Dapat disimpulkan bahwa fanatisme penggemar adalah suatu kepercayaan, keyakinan dan antusiasme berlebihan terhadap sesuatu yang digemari, dalam hal ini adalah artis idola. Fanatisme akan melahirkan perilaku fanatik yang tercermin dalam tindakan para penggemarnya. Perilaku fanatik tersebut dapat kita lihat dari konsumsi penggemar, aktivitas penggemar dan bagaimana pemujaan penggemar terhadap artis idola.

3. Fenomenologi

Dalam bahasa umum, fenomenal artinya luar biasa, tidak masuk akal, sangat tidak umum; ingatan samar minat modern awal pada banyak keajaiban, keanehan, dan keganjilan yang berada di perbatasan tatanan imanen alam dan bertentangan dengannya. (Daston dan Park dalam Ritzer dan Smart, 2012: 460). Tanpa alasan atau tanpa tujuan, fenomenal itu terjadi begitu saja. Dunia fenomenal serta merta naik menjadi martabat *being* -sesuatu yang kita yakini keberadaannya eksklusif dan otonom bersamaan dengan hilangnya diri dunia itu sendiri dalam kelimpahannya yang berlebihan, dan menjadi penampakan (*appearance*) yang berlawanan dengan realitas (*reality*). Fenomenologi bermaksud menjelaskan apa yang sudah tertentu (*what is given*), yang tampak bagi kesadaran, tanpa berusaha menjelaskannya dengan cara apapun dan tanpa menghubungkan signifikasi dan makna tempat tidak ada sesuatupun (Ritzer dan Smart, 2012: 446).

Edmund Husserl merupakan tokoh penting dalam filsafat fenomenologi. Secara khusus Husserl mengatakan bahwa pengetahuan ilmiah telah dipisahkan dari pengalaman sehari-hari dan dari kegiatan-kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan berakar, tugas fenomenologilah untuk memulihkan hubungan tersebut. Fenomenologi sebagai suatu bentuk dari idealisme yang semata-mata tertarik dengan struktur-struktur dan cara-cara bekerjanya kesadaran manusia serta dasar-dasarnya, kendati kerap merupakan perkiraan implisit, bahwa

dunia yang kita dialami diciptakan oleh kesadaran-kesadaran yang ada di kepala kita masing-masing. Tentu saja tidak masuk akal untuk menolak bahwa dunia yang eksternal itu ada, tetapi alasannya adalah bahwa dunia luar hanya dapat dimengerti melalui kesadaran kita tentang dunia itu (Ian, 1992: 127).

Alferd Schutz, seorang murid Husserl mengatakan bahwa sebutan fenomenologis berarti studi tentang cara dimana fenomena, hal-hal yang kita sadari muncul kepada kita dan cara yang paling mendasar dari permunculannya adalah sebagai suatu aliran pengalaman-pengalaman inderawi yang berkesinambungan yang kita terima melalui panca indra kita (Ian, 1992:128). Secara keseluruhan Schurtz memusatkan perhatian pada hubungan dialektika antara cara-cara individu membangun realitas kultural yang mereka warisi dari para pendahulu mereka dalam dunia sosial (Ritzer dan Goodman 2004: 95).

Boyband Korea menjadi sebuah hal fenomenal saat ini. Perilaku fanatisme penggemar *boyband* Korea di Yogyakarta merupakan fenomena yang terjadi di tengah arus deras demam *K-Pop*. Realitas ini tidak dapat dipungkiri lagi dan terus berkembang di tengah masyarakat.

4. Interaksionisme simbolik

Interaksionisme simbolik memandang manusia bukan dilihat sebagai produk yang ditentukan oleh struktur atau situasi obyektif, tetapi paling tidak sebagian, merupakan aktor-aktor bebas. Menurut Blumer, interaksionisme simbolis bertumpu pada tiga premis (Poloma, 2010: 258).

- a. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka.
- b. Makna tersebut berasal dari interaksi sosial seseorang dengan orang lain.
- c. Makna-makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi sosial berlangsung

Sebagaimana dinyatakan Blumer (Poloma, 2010: 261) bagi seseorang, makna dari sesuatu berasal dari cara-cara orang lain bertindak terhadapnya dalam kaitannya dengan sesuatu itu. Tindakan-tindakan yang mereka lakukan akan melahirkan batasan sesuatu bagi orang lain. Manusia merupakan aktor yang sadar dan refleksif, yang menyatukan obyek-obyek yang diketahuinya melalui apa yang disebut Blumer sebagai proses *self-indication*. *Self indication* adalah proses komunikasi yang sedang berjalan dimana individu mengetahui sesuatu, menilainya, memberi makna, dan memutuskan untuk bertindakan berdasarkan makna itu. Proses *self indication* ini terjadi dalam konteks sosial dimana individu mencoba mengantisipasi tindakan-tindakan

orang lain dan menyesuaikan tindakannya sebagaimana dia menafsirkan tindakan itu.

Kaitannya dengan penelitian ini adalah, penggemar *boyband* Korea memaknai *boyband* Korea sebagai sesuatu yang menarik sehingga membuat mereka melakukan tindakan fanatik. Pemaknaan yang berbeda terhadap suatu simbol akan mengarahkan persepsi dan tindakan yang berbeda. *Boyband* Korea diartikan sebagai simbol yang mengarahkan tindakan penggemar kearah perilaku fanatik. Fanatisme penggemar *boyband* Korea tidak sebatas menyukai musik *boyband* Korea saja, akan tetapi turut mengkonsumsi produk-produk yang berkaitan dengan *boyband* Korea.

B. Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini dideskripsikan sebagai berikut:

1. Ardiani Asih Wijayanti (2012), mahasiswa dari Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Yogyakarta, yang berjudul “ *Hallyu*: Fanatisme Remaja Pada Budaya Pop Korea (Studi tentang Penggemar *Hallyu* di Kota Yogyakarta)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian bertujuan untuk mengetahui perilaku fanatik remaja terhadap budaya populer Korea pada penggemar *hallyu* di kota Yogyakarta.

Hasil penelitian menyatakan bahwa gelombang *hallyu* yang masuk ke Indonesia menimbulkan demam Korea tidak terkecuali di Kota Yogyakarta. *Hallyu* kemudian menimbulkan fenomena baru yakni perilaku fanatik remaja terhadap budaya populer Korea. Perilaku fanatik remaja timbul sebagai akibat dari adanya proses interaksi dengan budaya populer Korea yang merujuk pada komunikasi budaya. Komunikasi budaya terjadi antara penggemar dengan budaya populer Korea menjadikan kelompok penggemar mengembangkan pola perilaku tertentu sebagai wujud kecintaan mereka terhadap budaya populer Korea. Perilaku fanatik remaja penggemar budaya pop Korea di Yogyakarta dapat dilihat dari terbentuknya komunitas-komunitas penggemar, budaya konsumsi penggemar, upaya adopsi identitas nilai-nilai budaya Korea yang dilakukan oleh penggemar dan perilaku penggemar yang cenderung *Korean Sentris*.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang fanatisme budaya populer Korea. Penelitian di atas hanya digunakan sebagai bahan pembanding dan bahan acuan bagi peneliti saja. Perbedaannya adalah penelitian di atas terfokus pada remaja penggemar budaya *hallyu* dan fanatisme remaja terhadap budaya populer Korea secara umum, sedangkan dalam penelitian ini peneliti memfokuskan diri pada analisis perilaku fanatisme penggemar *boyband* Korea dalam komunitas *Safel Dance Club*.

2. Rizkie Dwie Nataliawaty (2002), mahasiswa dari Program Studi Antropologi Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada, yang berjudul “ Penggemar Setia Sheila On 7 (Studi tentang Fanatisme dan pengidolaan *Public Figure*)”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Tujuan penelitian adalah untuk memahami *public figure* memaknai serta menilai para pengemarnya dan memaknai serta menilai berbagai tindakan yang dilakukan oleh para penggemar terhadap dirinya. Penelitian ini dimaksudkan untuk memahami bagaimana proses seseorang menjadi penggemar dari seorang *public figure*, dan juga untuk melihat bagaimana cara para penggemar menilai dan memaknai idolanya, serta tanggapan penggemar sendiri terhadap pengidolaan yang dilakukan secara berlebihan.

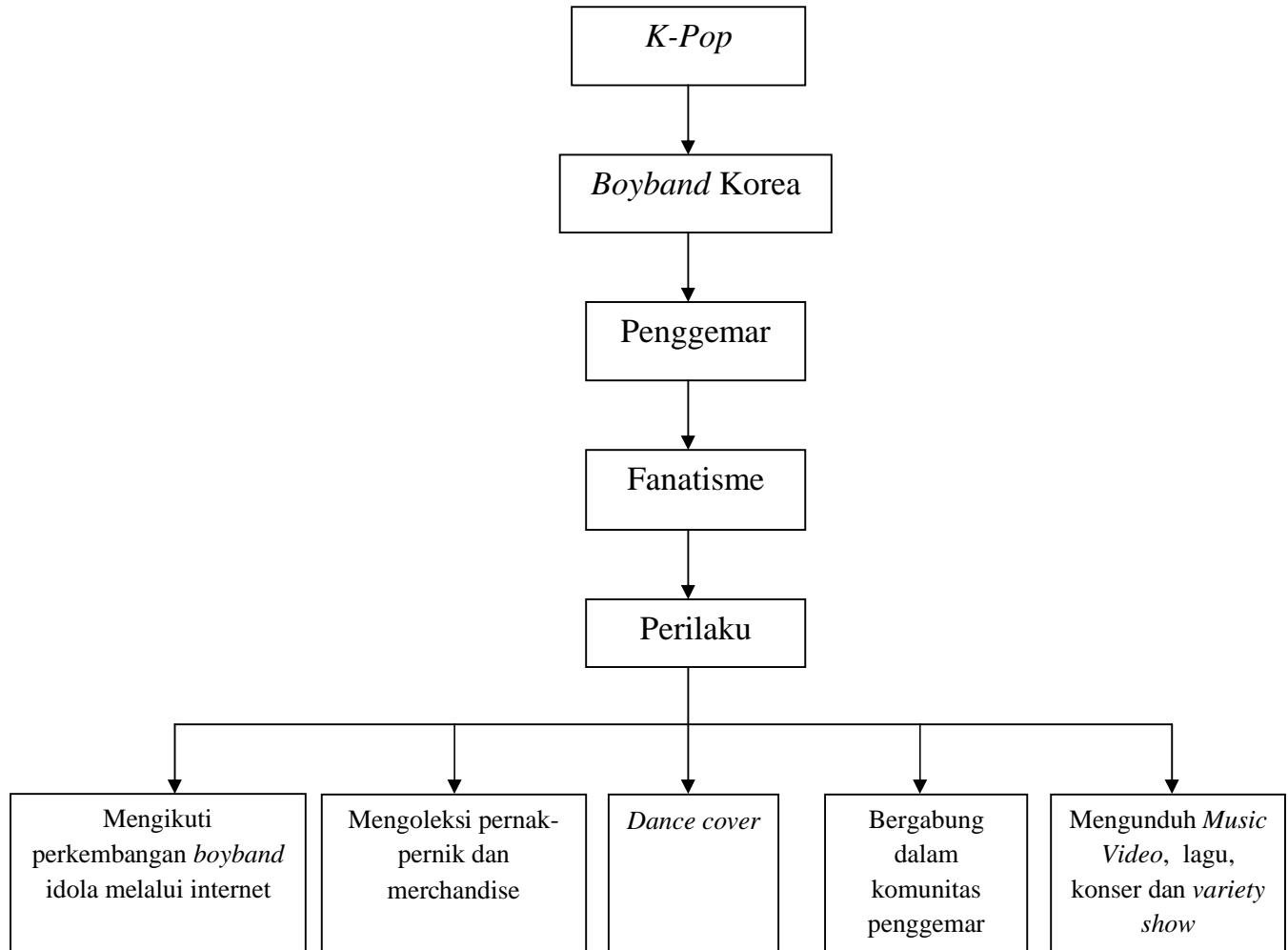
Hasil penelitian menyatakan bahwa untuk menjadi penggemar *public figure* ada prosesnya. Para remaja melihat citra yang melekat pada Sheila On 7 sebagai *public figure* yang mampu menarik perhatian mereka. Citra *public figure* menarik perhatian para remaja sehingga mereka mengkonsumsi berbagai produk budaya pop yang ditampilkan oleh media massa.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang fanatisme penggemar sebuah kelompok musik populer. Penelitian di atas hanya digunakan sebagai bahan pembanding dan bahan acuan bagi peneliti saja. Perbedaannya adalah penelitian ini memfokuskan pada penggemar

Sheila On 7, sedangkan penelitian penulis memfokuskan pada penggemar *boyband* Korea dalam komunitas *Safel Dance Club*.

C. Kerangka Pikir

Demam Korea melanda seluruh wilayah Indonesia, termasuk Yogyakarta. Musik *K-Pop* adalah hal yang tidak dapat dipisahkan dari demam Korea atau *Hallyu*. Gelombang *Hallyu* membentuk berbagai macam penggemar budaya Korea. Masyarakat yang disuguhi beragam produk budaya Korea menjadi suatu komunitas besar penggemar *K-Pop*. Salahsatu daya tarik *K-Pop* terletak dari banyaknya *boyband* maupun *girlband* yang digandrungi saat ini. Seperti halnya penggemar *K-Pop* pada umumnya, penggemar *boyband* Korea dapat dikategorikan sebagai penggemar fanatic. Fanatisme penggemar adalah suatu kepercayaan, keyakinan dan antusiasme berlebihan terhadap sesuatu yang digemari, dalam hal ini adalah artis idola. Seorang penggemar dikatakan memiliki fanatisme terhadap idolanya berdasarkan apa yang dia lakukan dalam menyikapi antusiasme dan kegemarannya terhadap idola. Fanatisme penggemar *boyband* Korea dapat kita lihat dari perilaku dan aktivitas-aktivitas yang dilakukannya. Perilaku sebagai penggemar fanatic diperlihatkan dengan mengikuti perkembangan *boyband* idola melalui internet, mengoleksi pernak-pernik dan *merchandise*, *dance cover*, bergabung dalam komunitas penggemar, mengunduh *music video*, lagu, konser maupun *variety show*. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan dalam bagan berikut.



Bagan 1. Kerangka Pikir