

ANALISIS PENILAIAN KOGNITIF TERHADAP RESPON EMOSIONAL PENGGEMAR K-POP PADA FENOMENA MEMBER YANG KELUAR DARI GRUP

Oleh:

Dhiya Noor Rasyidah

(250103040071)

Program Studi Psikologi Islam, UIN Antasari Banjarmasin

Abstrak:

Fenomena keluarnya seorang member dari grup K-Pop sering kali memunculkan berbagai respon emosional pada penggemar, mulai dari kesedihan, kekecewaan, kemarahan, hingga penerimaan dan dukungan. Perbedaan respon tersebut menunjukkan bahwa emosi tidak muncul secara otomatis sebagai akibat dari suatu peristiwa, melainkan dipengaruhi oleh cara individu memaknai dan menilai peristiwa yang dialaminya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penilaian kognitif terhadap respon emosional penggemar K-Pop pada fenomena member yang keluar dari grup. Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur dengan mengkaji berbagai sumber ilmiah yang relevan mengenai psikologi kognitif, hubungan parasosial, keterikatan emosional, fanatisme penggemar, serta perspektif Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa proses penilaian kognitif (*cognitive appraisal*) berperan penting dalam menentukan bentuk respon emosional yang ditampilkan penggemar. Hubungan parasosial, keterikatan emosional, pengalaman dalam komunitas fandom, dan tingkat fanatisme turut memengaruhi bagaimana penggemar memberikan makna terhadap peristiwa tersebut. Respon emosional yang muncul dapat berdampak negatif, seperti kesedihan berkepanjangan dan terganggunya aktivitas sehari-hari, tetapi juga dapat memberikan dampak positif berupa berkembangnya regulasi emosi, kemampuan

beradaptasi, serta dukungan sosial antarpenggemar. Dalam perspektif Islam, perasaan kagum, cinta, dan sedih dipandang sebagai bagian dari fitrah manusia yang perlu dikelola secara proporsional melalui pengendalian diri dan keseimbangan emosi. Dengan demikian, respon emosional penggemar terhadap keluarnya seorang member merupakan hasil interaksi antara proses kognitif, keterikatan emosional, dan pengalaman sosial dalam fandom yang membentuk cara individu memahami serta menyikapi perubahan yang terjadi.

Kata kunci: *penilaian kognitif, respon emosional, penggemar K-Pop, hubungan parasosial, keterikatan emosional.*

A. Pendahuluan

Fenomena budaya populer Korea Selatan atau Korean Wave (Hallyu) telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat global, termasuk di Indonesia. Salah satu bentuk budaya populer yang memiliki basis penggemar besar adalah K-Pop. Kehadiran idol K-Pop tidak hanya dipandang sebagai hiburan, tetapi juga menjadi sumber identifikasi, inspirasi, bahkan bagian dari kehidupan sehari-hari para penggemarnya. Melalui berbagai platform digital, seperti media sosial, aplikasi komunikasi penggemar, hingga siaran langsung, interaksi antara idola dan penggemar menjadi semakin intens sehingga menciptakan kedekatan emosional yang kuat.

Kedekatan tersebut sering kali berkembang menjadi hubungan parasosial, yaitu hubungan satu arah yang dirasakan nyata oleh penggemar terhadap figur publik. Sadasri (2022) menjelaskan bahwa penggunaan aplikasi fandom memungkinkan penggemar memperoleh pengalaman kedekatan yang lebih personal dengan idola sehingga batas antara hubungan nyata dan hubungan simbolik menjadi semakin kabur. Sejalan dengan itu, Hoffner dan Bond (2022) menyatakan bahwa media sosial telah memperluas kesempatan terbentuknya hubungan parasosial yang dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis individu, baik secara positif maupun negatif. Dalam konteks K-Pop, hubungan ini dapat membuat penggemar merasa memahami, mengenal, dan

memiliki keterikatan emosional dengan idolanya meskipun tidak pernah berinteraksi secara langsung.

Keterikatan emosional tersebut menyebabkan berbagai peristiwa yang dialami idola dapat memunculkan respon emosional yang kuat pada penggemar. Salah satu fenomena yang sering terjadi adalah keluarnya seorang member dari grup, baik karena kelulusan (graduation), berakhirnya kontrak, skandal, alasan kesehatan, maupun keputusan pribadi lainnya. Peristiwa tersebut kerap menimbulkan reaksi berupa kesedihan, kekecewaan, kemarahan, rasa kehilangan, hingga penerimaan. Rakasiwi et al. (2024) menemukan bahwa penggemar menunjukkan beragam bentuk respon terhadap kelulusan anggota idol group, mulai dari ungkapan dukungan, nostalgia, hingga kesedihan mendalam yang diekspresikan melalui media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa keluarnya seorang member bukan sekadar perubahan komposisi grup, melainkan pengalaman emosional yang bermakna bagi sebagian penggemar.

Dari sudut pandang Psikologi Kognitif, munculnya respon emosional tersebut tidak terjadi secara otomatis, melainkan melalui proses penilaian terhadap peristiwa yang dialami individu. Sternberg (2011) menjelaskan bahwa manusia secara aktif mengolah informasi, menginterpretasikan pengalaman, dan memberikan makna terhadap suatu kejadian sebelum menentukan respon yang ditampilkan. Dengan kata lain, bagaimana seorang penggemar memaknai keluarnya member dari grup akan memengaruhi emosi yang muncul. Penggemar yang menilai peristiwa tersebut sebagai kehilangan besar mungkin akan merasakan kesedihan mendalam, sedangkan penggemar yang memaknainya sebagai kesempatan bagi idola untuk berkembang dapat menunjukkan penerimaan dan dukungan.

Konsep penilaian kognitif (cognitive appraisal) menjadi penting untuk memahami variasi respon tersebut. Ma et al. (2021) menjelaskan bahwa penilaian kognitif merupakan proses evaluasi individu terhadap suatu situasi, apakah dipersepsikan sebagai tantangan atau hambatan, yang kemudian memengaruhi respon psikologis dan perilaku yang ditampilkan. Meskipun penelitian

tersebut dilakukan dalam konteks stresor di lingkungan kerja, gagasan mengenai peran penilaian kognitif relevan untuk menjelaskan bagaimana penggemar K-Pop menafsirkan keluarnya seorang member dari grup dan bagaimana penafsiran tersebut membentuk respon emosional mereka.

Selain itu, dinamika psikologis penggemar K-Pop juga dipengaruhi oleh tingkat keterikatan dan fanatisme yang dimiliki. Almaid et al. (2021) menjelaskan bahwa menjadi penggemar K-Pop melibatkan berbagai aspek psikologis, seperti kekaguman, rasa memiliki, kebutuhan akan dukungan sosial, serta pencarian identitas diri. Aror et al. (2025) juga menemukan bahwa keterikatan emosional memiliki pengaruh terhadap kecenderungan fanatisme pada penggemar K-Pop di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat keterikatan emosional yang dimiliki, semakin besar kemungkinan suatu peristiwa yang melibatkan idola akan dimaknai secara personal oleh penggemar.

Berdasarkan uraian tersebut, fenomena keluarnya member dari grup K-Pop menarik untuk dikaji dalam perspektif Psikologi Kognitif karena dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana proses penilaian kognitif berperan dalam membentuk respon emosional penggemar. Kajian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai dinamika psikologis penggemar K-Pop di era digital, khususnya terkait hubungan antara proses berpikir, pemberian makna terhadap suatu peristiwa, dan emosi yang muncul sebagai konsekuensi dari proses tersebut. Adapun tujuan penulisan mini riset ini adalah untuk menganalisis bagaimana penilaian kognitif memengaruhi respon emosional penggemar K-Pop pada fenomena keluarnya member dari grup berdasarkan kajian literatur dalam perspektif Psikologi Kognitif.

B. Pembahasan

1. Fenomena Keluarnya Member K-Pop dan Respon Emosional Penggemar

Keluarnya seorang member dari grup merupakan salah satu fenomena yang cukup sering terjadi dalam industri idol, termasuk dalam industri K-Pop. Keputusan tersebut dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti berakhirnya kontrak kerja, alasan kesehatan, skandal, keinginan untuk meniti karier baru, maupun keputusan pribadi lainnya. Meskipun secara objektif peristiwa tersebut merupakan bagian dari dinamika industri hiburan, bagi sebagian penggemar, keluarnya seorang member dapat dipersepsikan sebagai kehilangan yang nyata dan memunculkan berbagai respon emosional.

Fenomena ini menunjukkan bahwa hubungan antara penggemar dan idola tidak berhenti pada aktivitas menikmati musik saja. Banyak penggemar yang menginvestasikan waktu, perhatian, tenaga, bahkan emosi mereka untuk mengikuti perjalanan karier idolanya. Mereka mengikuti perkembangan idola melalui media sosial, menonton siaran langsung, menghadiri konser, membeli album, serta terlibat dalam komunitas fandom. Intensitas keterlibatan tersebut membuat berbagai perubahan yang terjadi pada idola dapat memengaruhi kondisi emosional penggemar.

Respon emosional yang muncul akibat keluarnya seorang member dapat beragam. Sebagian penggemar menunjukkan kesedihan karena merasa kehilangan sosok yang selama ini menjadi sumber hiburan dan dukungan emosional. Sebagian lainnya merasakan kekecewaan, terutama apabila keluarnya member terjadi secara mendadak atau disertai konflik yang menimbulkan ketidakpuasan terhadap pihak agensi. Tidak sedikit pula penggemar yang menunjukkan kemarahan, penolakan, atau kesulitan menerima kenyataan bahwa grup yang mereka kenal tidak lagi sama seperti sebelumnya. Namun, terdapat pula penggemar yang mampu menerima keputusan tersebut dan memberikan dukungan terhadap pilihan yang diambil oleh idola.

Keberagaman respon tersebut tampak dalam penelitian yang dilakukan oleh Rakasiwi et al. (2024) mengenai perilaku penggemar terhadap fenomena kelulusan member JKT48. Melalui pendekatan netnografi pada media sosial Instagram, penelitian tersebut menemukan bahwa penggemar mengekspresikan berbagai bentuk emosi, seperti rasa sedih, nostalgia, penghargaan terhadap kontribusi member, serta dukungan terhadap keputusan yang diambil. Temuan ini menunjukkan bahwa perpisahan antara idola dan grup bukan sekadar peristiwa biasa dalam industri hiburan, melainkan pengalaman yang memiliki makna psikologis bagi para penggemar.

Secara Psikologi Kognitif, perbedaan tersebut mengindikasikan bahwa emosi tidak muncul secara otomatis sebagai akibat langsung dari suatu kejadian. Peristiwa keluarnya member memang menjadi stimulus yang sama bagi para penggemar, tetapi makna yang diberikan terhadap peristiwa itulah yang berpotensi menghasilkan respon emosional yang berbeda.

2. Penilaian Kognitif dalam Pembentukan Respon Emosional Penggemar K-Pop

Perbedaan respon emosional yang ditunjukkan penggemar terhadap keluarnya seorang member menunjukkan bahwa emosi tidak muncul begitu saja sebagai reaksi otomatis terhadap suatu peristiwa. Dalam Psikologi Kognitif, individu dipandang sebagai pemroses informasi yang aktif. Seseorang akan menerima informasi, mempersepsikannya, menginterpretasikan maknanya, kemudian menentukan bagaimana ia merespons situasi tersebut. Sternberg (2011) menjelaskan bahwa proses kognitif melibatkan cara individu memperoleh, mengolah, menyimpan, serta menggunakan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, perbedaan cara berpikir dan memberikan makna terhadap suatu kejadian dapat menghasilkan respon emosional yang berbeda meskipun stimulus yang dihadapi sama.

Salah satu konsep yang dapat digunakan untuk menjelaskan fenomena tersebut adalah penilaian kognitif (*cognitive appraisal*). Ma et al. (2021) menjelaskan bahwa penilaian kognitif

merupakan proses evaluasi individu terhadap suatu situasi untuk menentukan apakah situasi tersebut dipersepsikan sebagai tantangan (*challenge appraisal*) atau hambatan (*hindrance appraisal*). Hasil evaluasi ini akan memengaruhi kondisi psikologis, motivasi, serta perilaku yang ditampilkan individu.

Dalam konteks keluarnya member K-Pop, penggemar terlebih dahulu melakukan interpretasi terhadap informasi yang diterimanya. Penggemar yang memandang keluarnya member sebagai kehilangan besar dapat menganggap peristiwa tersebut sebagai ancaman terhadap sumber kebahagiaan, identitas fandom, atau harapan yang selama ini dimiliki. Penilaian tersebut berpotensi memunculkan emosi negatif, seperti sedih, kecewa, marah, atau bahkan penolakan terhadap keputusan yang diambil.

Sebaliknya, terdapat penggemar yang menilai keluarnya member sebagai bagian dari perjalanan hidup seorang idola. Mereka memandang keputusan tersebut sebagai kesempatan bagi member untuk berkembang, beristirahat demi kesehatan, atau mengejar tujuan baru di luar grup. Penilaian semacam ini dapat mendorong munculnya emosi yang lebih adaptif, seperti penerimaan, rasa bangga, dukungan, dan harapan terhadap masa depan idola.

Perbedaan penilaian tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor. Pengalaman mengikuti grup, tingkat kedekatan emosional dengan member, pemahaman terhadap alasan keluarnya member, serta informasi yang diperoleh dari lingkungan fandom dapat memengaruhi bagaimana penggemar memaknai peristiwa tersebut. Sebagai contoh, penggemar yang telah lama mengikuti perjalanan seorang member mungkin memiliki keterikatan yang lebih kuat sehingga lebih rentan mengalami kesedihan ketika member tersebut keluar. Sebaliknya, penggemar yang memahami bahwa keputusan tersebut berkaitan dengan kesehatan atau kesejahteraan idola mungkin lebih mudah menunjukkan sikap menerima.

3. Hubungan Parasosial, Keterikatan Emosional, dan Fanatisme pada Penggemar K-Pop

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi cara penggemar menilai fenomena keluarnya seorang member adalah hubungan parasosial yang terjalin antara penggemar dan idola. Hubungan parasosial merupakan hubungan satu arah yang dirasakan seolah-olah nyata oleh individu terhadap figur media. Meskipun tidak terjadi interaksi timbal balik secara langsung, penggemar dapat merasakan kedekatan emosional, mengenal kepribadian idola, serta merasa memiliki ikatan khusus dengan figur yang dikaguminya.

Sadasri (2022) menjelaskan bahwa penggunaan aplikasi fandom telah mengubah cara penggemar membangun kedekatan dengan idola. Melalui fitur pesan pribadi, unggahan eksklusif, dan komunikasi yang terkesan personal, penggemar memperoleh pengalaman yang menyerupai hubungan interpersonal. Akibatnya, batas antara kedekatan simbolik dan kedekatan nyata menjadi semakin kabur. Pengalaman tersebut dapat memperkuat perasaan memiliki dan meningkatkan keterlibatan emosional penggemar terhadap idola.

Temuan serupa dikemukakan oleh Syawal (2023) yang menemukan bahwa budaya fandom di media digital memungkinkan terbentuknya parasocial intimacy atau keintiman parasosial. Keintiman ini ditandai dengan munculnya perasaan dekat, kepedulian, serta keterikatan emosional terhadap artis K-Pop. Penggemar tidak hanya berperan sebagai konsumen hiburan, tetapi juga mengembangkan hubungan yang bermakna secara subjektif. Dalam kondisi demikian, berbagai peristiwa yang dialami idola dapat dirasakan seolah-olah terjadi pada orang yang dekat dengan dirinya.

Hoffner dan Bond (2022) juga menjelaskan bahwa media sosial telah memperluas kesempatan individu untuk membentuk hubungan parasosial yang dapat memberikan manfaat psikologis, seperti rasa terhubung dan dukungan emosional. Namun, hubungan tersebut juga berpotensi menimbulkan dampak negatif apabila

individu mengalami kehilangan, kekecewaan, atau perubahan yang melibatkan figur yang dikaguminya. Dengan kata lain, hubungan parasosial dapat menjadi sumber kesejahteraan sekaligus kerentanan emosional.

Selain hubungan parasosial, keterikatan emosional juga berperan dalam membentuk respon penggemar. Almaida et al. (2021) menemukan bahwa dinamika psikologis *fangirl* K-Pop melibatkan berbagai aspek, seperti kekaguman, rasa memiliki, kebutuhan akan dukungan sosial, hingga pembentukan identitas diri. Menjadi penggemar tidak hanya berkaitan dengan kesukaan terhadap musik, tetapi juga dapat menjadi bagian dari cara individu memahami dirinya dan membangun relasi sosial dengan sesama anggota fandom. Oleh karena itu, ketika terjadi perubahan besar dalam grup, seperti keluarnya seorang member, sebagian penggemar dapat merasakan bahwa perubahan tersebut turut memengaruhi aspek yang bermakna dalam kehidupannya.

Penelitian terdahulu dari Delfriyani dan Sary (2024) juga menemukan bahwa hubungan parasosial pada penggemar NCT melalui aplikasi LYSN Bubble ditandai oleh adanya perhatian, kedekatan emosional, serta perasaan saling memahami meskipun hubungan tersebut berlangsung secara tidak langsung. Intensitas komunikasi yang dirasakan melalui media digital dapat memperkuat persepsi kedekatan antara penggemar dan idola. Kondisi ini dapat menjelaskan mengapa sebagian penggemar mengalami kesedihan yang cukup mendalam ketika member yang selama ini mereka ikuti memutuskan keluar dari grup.

Keterikatan emosional yang kuat dapat berkembang menjadi kecenderungan fanatisme. Aror et al. (2025) menemukan bahwa keterikatan emosional memiliki pengaruh terhadap kecenderungan fanatisme pada penggemar K-Pop di media sosial X Indonesia. Penggemar yang memiliki keterikatan emosional lebih tinggi cenderung menunjukkan keterlibatan yang lebih intens terhadap aktivitas fandom. Namun,

temuan tersebut tidak serta-merta menunjukkan bahwa seluruh bentuk fanatisme bersifat negatif. Tingkat keterlibatan yang tinggi juga dapat diwujudkan melalui dukungan positif, solidaritas antarpenggemar, serta apresiasi terhadap karya idola.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu tersebut, dapat dipahami bahwa respon emosional penggemar terhadap keluarnya seorang member tidak muncul secara terpisah dari pengalaman mereka sebagai bagian dari fandom. Hubungan parasosial, keterikatan emosional, pengalaman dalam komunitas penggemar, serta tingkat fanatisme membentuk cara individu memberikan makna terhadap peristiwa yang terjadi. Faktor-faktor tersebut kemudian memengaruhi proses penilaian kognitif yang pada akhirnya menentukan apakah seorang penggemar akan merespons dengan kesedihan, kemarahan, kekecewaan, penerimaan, ataupun dukungan.

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengalaman menjadi penggemar K-Pop merupakan fenomena psikologis yang kompleks. Respon emosional terhadap keluarnya seorang member tidak dapat dipahami hanya sebagai reaksi berlebihan terhadap figur publik, melainkan sebagai hasil interaksi antara proses kognitif, keterikatan emosional, serta hubungan parasosial yang terbentuk melalui pengalaman fandom di era digital.

4. Dampak *Mind-Wandering*

Respon emosional yang muncul ketika seorang member keluar dari grup dapat memberikan berbagai dampak dalam kehidupan penggemar. Dampak tersebut tidak selalu bersifat negatif, tetapi dapat pula menjadi pengalaman yang mendorong perkembangan diri. Oleh karena itu, penting untuk memahami bahwa pengalaman emosional penggemar berada dalam spektrum yang beragam dan dipengaruhi oleh bagaimana individu memaknai peristiwa tersebut.

Pada sebagian penggemar, keluarnya seorang member dapat memunculkan dampak negatif berupa kesedihan berkepanjangan, kekecewaan, hilangnya minat terhadap aktivitas yang sebelumnya memberikan kesenangan, atau menurunnya keterlibatan dalam komunitas fandom. Hoffner dan Bond (2022) menjelaskan bahwa hubungan parasosial yang kuat dapat menjadi sumber kerentanan emosional ketika individu menghadapi perubahan atau kehilangan yang berkaitan dengan figur yang dikaguminya. Dalam konteks ini, penggemar mungkin mengalami rasa kehilangan karena figur yang selama ini menjadi sumber hiburan dan dukungan emosional tidak lagi hadir dalam formasi grup yang dikenal.

Selain itu, keterikatan emosional yang tinggi dapat memengaruhi cara individu mengatur aktivitas sehari-hari. Afzan (2022) menjelaskan bahwa fanatisme terhadap idol K-Pop dapat memengaruhi gaya hidup remaja, termasuk dalam penggunaan waktu dan perhatian. Ketika respon emosional yang muncul tidak dikelola dengan baik, individu berpotensi mengalami kesulitan berkonsentrasi pada aktivitas akademik, pekerjaan, maupun hubungan sosial di kehidupan nyata.

Meskipun demikian, respon emosional terhadap keluarnya seorang member juga dapat menghasilkan dampak yang positif. Kesedihan yang dialami penggemar dapat menjadi sarana untuk belajar menerima perubahan dan memahami bahwa tidak semua hal dapat berlangsung sesuai harapan. Penggemar juga dapat mengembangkan kemampuan regulasi emosi melalui proses menyesuaikan diri terhadap situasi yang tidak diinginkan.

Almaida et al. (2021) menemukan bahwa pengalaman menjadi penggemar K-Pop tidak hanya berkaitan dengan hiburan, tetapi juga melibatkan dukungan sosial dan pembentukan identitas diri. Dalam situasi ketika seorang member keluar dari grup, komunitas fandom sering kali menjadi ruang bagi penggemar untuk berbagi pengalaman, saling memberikan dukungan emosional, dan menemukan strategi koping yang membantu mereka beradaptasi dengan perubahan tersebut. Kehadiran komunitas dapat mengurangi

perasaan terisolasi dan membantu individu memproses emosinya secara lebih sehat.

Dampak yang muncul sangat dipengaruhi oleh hasil penilaian kognitif individu terhadap peristiwa tersebut. Penggemar yang memandang keluarnya member sebagai akhir dari sesuatu yang bermakna mungkin akan lebih rentan mengalami emosi negatif yang berkepanjangan. Sebaliknya, penggemar yang mampu memaknai peristiwa tersebut sebagai bagian dari dinamika kehidupan dapat menunjukkan penerimaan, ketahanan psikologis, serta kemampuan beradaptasi yang lebih baik.

Dengan demikian, respon emosional penggemar terhadap fenomena keluarnya member memiliki dampak yang kompleks. Pengalaman tersebut dapat menjadi sumber kesedihan dan kerentanan emosional, tetapi juga dapat menjadi kesempatan untuk mengembangkan regulasi emosi, memperoleh dukungan sosial, serta meningkatkan kemampuan dalam menghadapi perubahan hidup. Dampak yang muncul pada akhirnya bergantung pada proses kognitif yang dilakukan individu dalam memberikan makna terhadap peristiwa yang dialaminya.

5. Perspektif Islam terhadap Keterikatan Emosional dan Pengelolaan Emosi

Dalam Islam, perasaan cinta, kasih sayang, kekaguman, dan keterikatan emosional merupakan bagian dari fitrah manusia. Emosi bukan sesuatu yang harus dihilangkan, melainkan perlu dikelola agar tidak mengarahkan individu pada sikap yang berlebihan dan merugikan dirinya sendiri maupun orang lain. Oleh karena itu, respon emosional penggemar terhadap keluarnya seorang member K-Pop dapat dipahami sebagai pengalaman manusiawi yang wajar selama tetap berada dalam batas yang proporsional.

Prathama dan Mahadwistha (2024) menjelaskan bahwa konsep cinta dan kasih sayang dalam Islam tidak hanya dipahami sebagai perasaan, tetapi juga berkaitan dengan

kemampuan individu dalam menempatkan rasa tersebut secara seimbang. Cinta yang sehat mendorong individu untuk menghadirkan kebaikan, menghargai pihak yang dicintai, serta tidak menghilangkan kesadaran terhadap tanggung jawab yang dimilikinya. Dengan demikian, rasa sedih atau kehilangan ketika figur yang dikagumi keluar dari grup bukanlah sesuatu yang harus dipandang sebagai bentuk kelemahan, melainkan bagian dari pengalaman emosional manusia yang perlu disikapi secara bijaksana.

Dalam konteks fandom K-Pop, penggemar dapat merasakan kedekatan emosional yang kuat dengan idola karena berbagai pengalaman yang mereka lalui selama menjadi penggemar. Namun, Islam juga mengajarkan pentingnya pengendalian diri (*self-control*) agar keterikatan tersebut tidak berkembang menjadi perilaku yang berlebihan. Pengelolaan emosi diperlukan agar individu tetap mampu menjalankan perannya dalam kehidupan sehari-hari, menjaga hubungan sosial yang nyata, serta tidak menggantungkan seluruh sumber kebahagiaannya pada figur yang pada dasarnya tidak memiliki hubungan interpersonal secara langsung dengannya.

Afzan (2022) menjelaskan bahwa fanatisme terhadap idol K-Pop dapat memengaruhi gaya hidup remaja, termasuk dalam pengelolaan waktu, pola konsumsi, serta cara memandang figur idola. Meskipun menjadi penggemar bukanlah sesuatu yang secara otomatis dipandang negatif, individu tetap perlu memiliki kemampuan untuk membedakan antara bentuk apresiasi yang wajar dengan keterlibatan yang dapat mengganggu keseimbangan hidupnya. Temuan tersebut menunjukkan pentingnya kesadaran diri dalam menjalani aktivitas fandom.

Apabila dikaitkan dengan penilaian kognitif, perspektif Islam mendorong individu untuk melakukan refleksi terhadap peristiwa yang dialami. Penggemar dapat menerima bahwa keluarnya seorang member memang dapat menimbulkan kesedihan, tetapi pada saat yang sama mereka juga dapat memaknai peristiwa tersebut sebagai bagian dari ketentuan hidup yang tidak sepenuhnya berada dalam kendali manusia. Proses memaknai kembali suatu

peristiwa secara lebih adaptif dapat membantu individu mengelola emosi yang muncul sehingga tidak berlarut-larut dalam kekecewaan atau kemarahan.

Melalui sudut pandang ini, menjadi penggemar K-Pop tidak perlu diposisikan secara hitam-putih sebagai sesuatu yang sepenuhnya baik ataupun buruk. Yang menjadi perhatian adalah bagaimana individu mengelola keterikatan emosional yang dimilikinya. Ketika rasa kagum disertai kemampuan untuk mengendalikan diri, berpikir secara proporsional, serta tetap menempatkan berbagai aspek kehidupan secara seimbang, maka pengalaman menjadi penggemar dapat menjadi sumber kebahagiaan, dukungan sosial, dan hiburan tanpa mengurangi kesejahteraan psikologis maupun nilai-nilai yang diyakini individu.

Dengan demikian, perspektif Islam dalam kajian ini tidak bertujuan untuk menolak keberadaan budaya fandom, melainkan menawarkan cara pandang yang menekankan keseimbangan dalam mencintai, mengelola emosi, dan memaknai berbagai perubahan yang terjadi dalam kehidupan. Sikap tersebut dapat membantu penggemar menghadapi fenomena keluarnya seorang member dengan lebih bijaksana tanpa mengabaikan perasaan yang mereka alami.

C. Kesimpulan

Fenomena keluarnya seorang member dari grup K-Pop merupakan peristiwa yang dapat memunculkan berbagai respon emosional pada penggemar, seperti kesedihan, kekecewaan, kemarahan, penerimaan, hingga dukungan. Perbedaan respon tersebut menunjukkan bahwa emosi tidak muncul secara otomatis akibat suatu kejadian, tetapi dipengaruhi oleh proses penilaian kognitif (*cognitive appraisal*) yang dilakukan individu dalam memaknai peristiwa yang dialaminya. Cara penggemar menginterpretasikan keluarnya seorang member sebagai kehilangan, tantangan, atau bagian dari perjalanan hidup idola akan menentukan bentuk

respon emosional yang ditampilkan.

Kajian ini juga menunjukkan bahwa hubungan parasosial, keterikatan emosional, pengalaman dalam komunitas fandom, serta tingkat fanatisme turut memengaruhi proses penilaian kognitif penggemar. Pengalaman menjadi penggemar K-Pop tidak dapat dipandang semata-mata sebagai bentuk konsumsi hiburan atau perilaku yang irasional, melainkan sebagai fenomena psikologis yang kompleks dan melibatkan interaksi antara proses berpikir, emosi, serta relasi sosial yang terbentuk melalui media digital. Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kedekatan emosional dengan idola dapat menjadi sumber dukungan dan kesejahteraan psikologis, tetapi juga dapat meningkatkan kerentanan emosional ketika terjadi perubahan yang melibatkan figur yang dikagumi.

Respon emosional terhadap keluarnya seorang member memiliki dampak yang beragam dalam kehidupan penggemar. Di satu sisi, pengalaman tersebut dapat memunculkan kesedihan, mengganggu konsentrasi, serta memengaruhi aktivitas sehari-hari apabila tidak dikelola dengan baik. Namun, di sisi lain, pengalaman tersebut juga dapat menjadi kesempatan untuk belajar menerima perubahan, mengembangkan regulasi emosi, memperkuat dukungan sosial dalam komunitas fandom, serta meningkatkan kemampuan beradaptasi terhadap situasi yang tidak sesuai dengan harapan.

Dalam perspektif Islam, perasaan kagum, cinta, dan sedih merupakan bagian dari fitrah manusia yang tidak perlu disangkal keberadaannya. Yang menjadi perhatian adalah bagaimana individu mampu mengelola emosi dan keterikatan tersebut secara proporsional sehingga tidak mengganggu keseimbangan hidup maupun tanggung jawab yang dimilikinya. Oleh karena itu, menjadi penggemar K-Pop tidak perlu dipahami secara hitam-putih sebagai sesuatu yang sepenuhnya baik atau buruk, tetapi perlu disikapi dengan kesadaran diri dan pengendalian emosi yang bijaksana.

Berdasarkan kajian ini, di harapkan penggemar lebih memahami proses emosional yang mereka alami ketika menghadapi perubahan dalam dunia fandom serta mengembangkan

strategi regulasi emosi yang adaptif. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat dilakukan secara empiris dengan melibatkan penggemar K-Pop sebagai partisipan untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai hubungan antara penilaian kognitif dan respon emosional pada fenomena keluarnya member dari grup.

Daftar Pustaka

- Afzan, R. F. (2022). DAMPAK FANATISME PENGGEMAR IDOL GRUP KOREA TERHADAP GAYA HIDUP REMAJA DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Andragogi : Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam*, 4(2), 73–82. <https://doi.org/10.33474/ja.v4i2.16205>
- Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl k-pop. *Cognicia*, 9(1), 17–24. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>
- Aror, T. C., Mandang, J. H., & Kapahang, G. L. (2025). Pengaruh Keterikatan Emosional Terhadap Kecenderungan Fanatisme Pada Penggemar K-Pop di Media Sosial X Indonesia. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(3).
- Delfriyani, A., & Sary, K. A. (2024). Fenomena Hubungan Parasosial Penggemar dan Idola (Studi pada NCTZen Pengguna Aplikasi LYSN Bubble). *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 16(02), 29. <https://doi.org/10.38041/jikom1.v16i02.367>
- Hoffner, C. A., & Bond, B. J. (2022). Parasocial relationships, social media, & well-being. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101306. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101306>
- Ma, J., Peng, Y., & Wu, B. (2021). Challenging or hindering? The roles of goal orientation and cognitive appraisal in stressor-performance relationships. *Journal of Organizational Behavior*, 42(3), 388–406. <https://doi.org/10.1002/job.2503>

- Pandu Aditya Prathama & Muhammad Zaki Mahadwistha. (2024). Studi Fenomenologi: Konsep Cinta Dan Kasih Sayang Dalam Islam. *IHSANIKA : Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(3), 339–352. <https://doi.org/10.59841/ihsanika.v2i3.1456>
- Rakasiwi, A., Prasetyo, M. A., & Wiradharma, G. (2024). Perilaku Penggemar terhadap Kelulusan Member Idolgroup dari Jepang JKT48: Studi Netnografi pada Akun Instagram@ 48time. *IDEA: Jurnal Studi Jepang*, 6(1), 61–74.
- Sadasri, L. M. (2022). Parasocial Relationship dengan Selebritas (Studi Kualitatif pada Praktik Penggunaan Fandom Applications). *Jurnal Studi Pemuda*, 10(2), 147. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.70269>
- Salsabila Syawal, M. (2023). Parasocial Intimacy and Fan Culture with K-Pop Artists in Indonesian Digital Media: A Study of Fan-Idol Relationships on Social Media Platforms. *Edunity Kajian Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(11), 1383–1393. <https://doi.org/10.57096/edunity.v2i11.181>
- Sternberg, R. J., & Sternberg, K. (2011). *Cognitive Psychology* (6th ed.). Wadsworth/Cengage Learning.