

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Budaya atau kebudayaan adalah cara atau aturan hidup yang berkembang dan dimiliki oleh sekelompok orang, serta diwariskan secara turun-temurun dari generasi hingga generasi yang akan datang. Dengan kata lain, budaya mencakup segala sesuatu yang telah diinternalisasi dan dipelajari orang. Dalam bahasa Sangsekerta, budaya diartikan *buddhayah* yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi* (budi atau akal) yang diartikan budaya mencakup segala sesuatu yang diserap dan dipelajari orang, dan didefinisikan sebagai jiwa manusia dan masalah psikologis yang terkait dan menganggap budaya sebagai semua perilaku yang harus dibiasakan orang untuk belajar. Dimana budaya dapat terbentuk dengan adanya kebiasaan yang terjadi dalam masyarakat (Koentjaraningrat dalam Febrianti, 2021: 1).

Fungsi kebudayaan itu sendiri adalah untuk menata dan memperkuat tingkah laku manusia. Dalam hal ini, budaya atau perilaku manusia yang memberi makna pada aktivitas manusia. Sehingga budaya memberi pengaruh terhadap perilaku manusia karena menyerap hingga ke dalam kehidupan sehari-hari dan mencakup semua cara-cara atau pola-pola berpikir, merasakan dan bertindak

(Koentjaraningrat dalam Febrianti, 2021: 1). Oleh sebab itu pembentukan budaya sangat besar dipengaruhi oleh hal-hal yang bersifat populer dan meluas serta begitu mudah bagi sebuah hal yang dikenal banyak orang sebagai kebiasaan untuk dapat menjadi sebuah budaya.

Globalisasi memiliki kecenderungan secara umum integrasi kehidupan masyarakat domestik dalam komunitas yang global di berbagai bidang. Globalisasi mampu menciptakan kondisi perubahan yang cepat. Arus dari globalisasi yang seolah tidak terdapat batasan, memicu kebudayaan-kebudayaan baru masuk ke Indonesia. Kondisi tersebut akan menimbulkan 2 (dua) hal yakni kebudayaan baru tersebut bisa mewarnai dan menjadikan acuan bangsa untuk lebih maju, atau berpotensi merusak kebudayaan dan nilai yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Pernyataan tersebut sangat bergantung pada bagaimana masyarakat menyaring informasi yang ada (Ri'aeni, et.al., 2019: 2).

Berbagai bentuk barang konsumsi dan jasa di seluruh dunia merupakan komponen dari proses adanya globalisasi. Tidak hanya barang konsumsi atau jasa saja, akan tetapi informasi dari seluruh dunia dapat didapatkan dengan mudah. Akses informasi yang ditawarkan dari adanya proses globalisasi bisa didapat dengan cepat melalui internet atau media massa. Anak-anak maupun orang tua dapat menikmati dan memanfaatkannya (Arfani dalam Trisnayanti et. al., 2022: 333).

Arus dari globalisasi yang seolah tidak terdapat batasan, memicu kebudayaan-kebudayaan baru masuk ke Indonesia. Kondisi tersebut akan menimbulkan 2 (dua) hal yakni

kebudayaan baru tersebut bisa mewarnai dan menjadikan acuan bangsa untuk lebih maju atau berpotensi merusak kebudayaan dan nilai yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Pernyataan tersebut sangat bergantung pada bagaimana masyarakat menyaring informasi yang ada.

Dewasa ini, teknologi sudah semakin canggih. Hal ini dapat mempermudah manusia dalam berbagai bidang, terutama dalam bidang telekomunikasi. Setiap orang dapat memberi ataupun memperoleh informasi yang diinginkan dengan cepat dan mudah, baik informasi dari dalam negeri ataupun luar negeri (Amalia, 2019: 1). Hal ini dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan berbagai informasi mengenai produk, tempat pariwisata serta kekayaan budaya yang dimiliki oleh suatu negara. Salah satu negara yang belakangan ini budayanya menjadi sorotan dunia termasuk Indonesia adalah negara Korea Selatan.

Budaya yang disukai secara luas oleh banyak orang disebut budaya populer, budaya pop atau budaya massa (Storey dalam Sutanto, 2018: 1). Media massa seperti surat kabar, buku, radio, film, musik, konten TV, *video streaming*, *game* dan internet dapat mengubah gaya hidup dan cara konsumsi seseorang (Korean Culture and Information Service dalam Sutanto, 2018: 1). Piliang dalam Sutanto (2018: 1) menyatakan bahwa budaya populer tidak dapat dilepaskan dari peran sebuah media massa dalam

menghubungkan seluruh unsur masyarakat satu dengan yang lainnya dengan melalui produk media massa yang dihasilkan.

Menurut McDonald dalam Febrianti (2021: 1) menyatakan budaya populer diidentikkan sebagai “tak tahu malu” yang secara longgar diasosiasikan dengan industri hiburan komersial. Budaya populer sulit dipahami oleh para cendekiawan. Akibatnya, budaya populer disebut sebagai “budaya massa”. Hal tersebut mengacu pada budaya kurangnya rasa hormat, kedangkalan berpikir, kurangnya kealamian dan keseragaman. Budaya populer atau budaya pop atau *popular culture* juga didefinisikan sebagai budaya yang lahir dari kehendak media massa. Dimana media massa yang mampu menciptakan sebuah bentuk budaya yang diawali dengan kebiasaan dari penayangan hal yang serupa, sehingga masyarakat akan dengan mudah menyerap hal tersebut dan terbentuklah sebuah budaya populer atau yang kita kenal juga dengan sebutan budaya pop.

Budaya populer di Indonesia tidak hanya budaya barat. Jepang dan Korea Selatan pun mulai menjadi produsen dari budaya populer melalui tayangan hiburan dan menjadi saingan bagi Amerika dan Eropa (Wuryanta dalam Sutanto, 2018: 1). Budaya asing yang menjadi fenomena di Indonesia saat ini adalah fenomena *Hallyu* yang berarti *Korean Wave* atau “Demam Korea”. Hal ini mengacu pada popularitas

budaya Korea Selatan di luar negeri dan menawarkan hiburan Korea Selatan.

Budaya tersebut di atas nampak dalam drama dan film, *fashion*, pernak-pernik, dan musik pop Korea Selatan yang biasa disebut dengan K-Pop. *Korean Wave* merupakan budaya populer Korea Selatan yang mampu menggoda penonton dengan menggabungkan tayangan menarik modern kebarat-baratan dan budaya Asia. Perpaduan tersebut adalah dasar dari menyebarnya budaya populer Korea (K-Pop) yang sangat cepat dan mudah menyebar ke seluruh dunia dikarenakan adanya efek dari globalisasi (Ri'aeni, et.al., 2019: 3).

Budaya populer Korea (K-Pop) ini mampu menjangkau segala usia mulai dari anak-anak, remaja, maupun orang dewasa. Soekanto dalam Sutanto (2018: 1) menjelaskan pada umumnya generasi muda dianggap sebagai individu-individu yang cepat menerima unsur-unsur budaya asing yang masuk melalui proses akulturasi. Peneliti membahas budaya populer Korea karena memperlihatkan sebuah budaya yang diterima oleh sekelompok masyarakat yang berbeda akan dapat mempengaruhi gaya *fashion*-nya.

Media massa menjadi salah satu hal yang membuat budaya populer Korea (K-Pop) menyebar. William (2018: 54) menyatakan bahwa pengaruh media massa dalam era globalisasi bukan saja bisa menjadi pembujuk yang kuat,

namun juga bisa membelokkan pola perilaku atau sikap-sikap yang ada. Hal ini sesuai dengan pendapat Sedyawati (2018: 23) bahwa penampilan atau tayangan yang ditampilkan secara intensif akan menimbulkan pembiasaan, dengan begitu lambat laun apa yang dilihat menjadi dirasakan seperti kebutuhan sehingga akan terus menerus mencari informasi yang diinginkan.

Perkembangan penggemar budaya pop Korea di Indonesia membentuk komunitas-komunitas seperti *Indonesia Dynamic Korea*, Hansamo (Korea Community Bandung). Komunitas penggemar Korea dikenal dengan sebutan *Korean Lovers*. Fatimah dalam Sutanto (2018: 1) menjelaskan bahwa KCB (Korea Community Bandung) memiliki anggota yang tersebar di berbagai kota besar, seperti: Bogor, Malang, Sukabumi, Bandung, Palembang, Surabaya, Solo, Balikpapan dan Jakarta. *Korean Lovers* menunjukkan identitas “ke-korea-an” diri melalui produk yang digunakan, mulai dari elektronik, makanan, *make-up*, dan gaya *fashion*. *Fashion* yang dimaksud adalah cara berpakaian, gaya rambut hingga gaya berdandan ala artis-artis Korea, baik pria maupun wanita. Bentuk *fashion* Korea mulai dari gaya rambut yang lurus berwarna (pirang) dan berponi, model baju berbahan rajut, bolero, dan baju yang berrenda (Winarso dalam Sutanto, 2018: 1).

Rahayu dalam Sutanto (2018: 2) telah meneliti pengaruh budaya populer terhadap gaya berpakaian remaja. Hasilnya menunjukkan bahwa model rambut sebagian besar responden (58,23 %) mengikuti *trend mode* rambut para artis Korea dan hanya 22,78 % responden saja yang tidak meniru. Sebagian besar responden (60 %) pilihan pakaian, aksesoris dan cara berdandannya mengikuti *trend mode* yang dipilih banyak orang. Selanjutnya Kaparang dalam Sutanto (2018: 2) menemukan bahwa terdapat ketertarikan untuk mengimitasi budaya Korea karena keunikan dan originalitas budaya pop Korea terutama *trend fashion* Korea, sehingga mengikuti *trend populer* agar tidak ketinggalan jaman.

Masyarakat yang mengikuti budaya Korea cenderung menyukai pakaian ataupun produk-produk yang digunakan artis-artis Korea. Kesuksesan menggunakan bintang Korea juga menginspirasi produk lain untuk menggunakan bintang Korea sebagai model iklan di Indonesia. Iklan LG Infinia Cinema 3D TV yang sudah tayang di televisi swasta Indonesia menjadi daya tarik karena aktor Won Bin sebagai model iklannya. Hasil penelitian Shimp dalam Sutanto (2018: 2) menunjukkan bahwa penjualan produk meningkat akibat penggunaan selebriti sebagai bintang iklan (*celebrity endorser*). Sikap dan persepsi konsumen bertambah ketika selebriti mendukung produk tersebut. Menon et. al. dalam Sutanto (2018: 2) mengungkapkan bahwa pesan iklan yang

disampaikan *endorser* yang kredibel dapat menumbuhkan perasaan suka dan percaya terhadap iklan tersebut dan meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap produk yang diiklankan.

Penggemar K-Pop di seluruh dunia, khususnya penggemar musik memiliki ketertarikan yang besar terhadap musik yang berasal dari budaya Korea, salah satu penggemarnya adalah masyarakat Indonesia. Beredarnya musik yang dinyanyikan oleh laki-laki maupun perempuan, baik yang dibawakan secara berkelompok maupun solo dan dengan penampilan yang atraktif, seolah membuat para penggemar terpukau dengan pesonanya. Tak hanya soal pesona penyanyinya, suara khas dan tarian energik yang dimasukkan ke dalam musiknya juga menjadi poin penting dalam membius para pecinta musik K-Pop. Terlebih lagi ketika seseorang mulai menyukai K-Pop, mereka akan intens mencari hal-hal yang berhubungan dengan idolanya (Absari dalam Fadhil dan Hasmira, 2022:443).

Realitas yang muncul akibat masuknya K-Pop adalah terbentuknya basis penggemar K-Pop, dengan salah satu jenis kegiatannya adalah penampilan *dance cover*. Kegiatan komunitas *dance cover* meniru tarian *boyband* dan *girlband* Korea untuk berbagai keperluan. Biasanya saat melakukan kegiatan *dance cover*, mereka secara bersamaan meniru gaya berpakaian, gaya rambut, rias wajah, dan memakai aksesoris

seperti artis yang mereka tiru. Mereka tidak hanya meniru tarian dan rias wajah, tetapi mereka harus menghayati perannya dan menghafal lirik lagu yang mereka *cover* agar bisa *lipsync* (Berliana dalam Fadhil dan Hasmira, 2022:443). *Dance cover* tidak hanya dibuat oleh jenis kelamin perempuan. Gender yang dimaksud adalah bagaimana laki-laki dan perempuan harus bersikap dan berpenampilan, sebagaimana dikonstruksikan oleh budaya mereka. Seperti laki-laki yang menari mengikuti lagu *boyband* dan seorang penari yang menari mengikuti lagu *girlband*, yang dalam hal ini berarti penari laki-laki melakukan tarian laki-laki dan penari perempuan melakukan tarian perempuan.

Masyarakat yang cenderung mudah terpengaruh akan budaya *Korean wave* adalah remaja. Hal ini terjadi karena remaja sangat mudah tertarik dengan hal yang baru dan menarik. Merembaknya budaya populer Korea Selatan (K-Pop) membuat remaja mengagumi artis-artis, *boyband* dan *girlband* dari Korea Selatan yang kebanyakan memiliki wajah yang rupawan sehingga dijadikan sebagai sosok idola. Kehadiran budaya populer Korea Selatan (K-Pop) saat ini seolah lebih menarik dibandingkan dengan kebudayaan sendiri di Indonesia (budaya lokal) (Ri'aeni, et.al., 2019: 3).

Sasaran dari fenomena K-Pop adalah para remaja, baik remaja laki-laki ataupun remaja perempuan. Remaja adalah suatu tahap perkembangan antara masa anak-anak dan

masa dewasa yang ditandai dengan perubahan-perubahan fisik serta perkembangan kognitif dan sosial. Menurut Konopka dalam Yusuf (2019: 217) menyatakan masa remaja terbagi menjadi 3 (tiga) fase. Fase pertama yaitu remaja awal, dimulai dari usia 12-15 tahun. Fase kedua yaitu remaja madya, dimulai dari usia 15-18 tahun. Dan fase yang ketiga yaitu remaja akhir, dimulai dari usia 18-22 tahun. Desmita (2020: 190) menyatakan bahwa dikatakan remaja karena pada usia tersebut masih belum memiliki tempat yang jelas dan masih mencari jati diri mereka untuk menempatkan dirinya ke golongan anak-anak atau ke golongan dewasa.

Fenomena K-Pop ini juga memiliki efek tertentu yakni dapat menyebabkan perkembangan remaja dipengaruhi oleh suatu budaya yang berdampak pada perubahan perilaku remaja, karena salah satu karakter yang terdapat pada diri remaja adalah perilaku identifikasi. Remaja akan membutuhkan sosok panutan untuk dijadikan contoh dalam berperilaku. Pada masa remaja akan terjadi perubahan emosi dan perilaku sosial, sehingga pada masa remaja penuh dengan petualangan untuk mencari jati diri. Perubahan ini akan membentuk sebuah pergeseran perilaku hidup pada remaja (Herlina, 2020: 10).

Perilaku adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang dapat diamati secara langsung ataupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo,

2018: 131). Perilaku adalah respons atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Oleh karena itu, perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespon. Dilihat dari bentuk responnya, perilaku dapat dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu perilaku terbuka dan perilaku tertutup. Perilaku terbuka adalah perilaku yang dapat diamati secara langsung, misalnya: etika, kerja keras, disiplin dan cara berkomunikasi. Sedangkan perilaku tertutup adalah perilaku yang tidak dapat diamati secara langsung. Perilaku tertutup ini meliputi: perhatian, persepsi, pengetahuan dan sikap (Notoatmodjo, 2018: 132).

Kepopuleran K-Pop di Indonesia akhirnya menimbulkan dampak bagi penggemarnya karena mampu menyebabkan terpengaruhnya pemikiran masyarakat, khususnya para siswa di SMP Negeri 13 Kota Bengkulu yang masih berusia remaja. K-Pop secara terus-menerus menghipnotis kaum remaja sehingga menggeser perilaku mereka.

Berdasarkan hasil wawancara awal pada tanggal 7 Mei 2024 dengan guru Kelas IX SMP Negeri 13 Kota Bengkulu terungkap bahwa ada banyak peserta didik di SMP Negeri 13 Kota Bengkulu terutama peserta didik perempuan yang menjadikan artis-artis Korea Selatan (K-Pop) sebagai *role model* mereka dalam berperilaku. Hal ini dikarenakan

selain artis K-Pop memiliki wajah dan berpenampilan menarik, mereka juga dikenal dengan sikap pekerja keras, disiplin, serta etika yang baik. Menurut informan, perilaku peserta didik di SMP Negeri 13 Kota Bengkulu yang menyukai K-Pop dapat terlihat dari cara mereka berpakaian, bersikap, *make-up*, menggunakan aksesoris ala K-Pop, memasukkan bahasa Korea Selatan saat berbicara, mengetahui hal-hal yang berbau K-Pop dan lain sebagainya.

Guru Kelas VIII SMP Negeri 13 Kota Bengkulu menambahkan dalam wawancara awal pada tanggal 7 Mei 2024, bahwa saat berbicara, banyak siswa yang memasukkan istilah-istilah bahasa Korea Selatan saat berbicara dengan temannya. Bahasa yang sering diucapkan mereka seperti: *annyeonghaseyo* (halo), *gamsahamnida* (terima kasih), dan *sarangheyo* (aku cinta kamu). Penggunaan istilah-istilah ini sudah seperti hal yang wajar di kalangan mereka. Begitu pula dengan gaya berpakaian, banyak siswa yang tertarik dengan gaya berpakaian ala K-Pop yang dikenal dengan gaya yang simpel dan warna yang digunakan lebih banyak berwarna cerah.

Begitupun guru Kelas VII SMP Negeri 13 Kota Bengkulu juga menambahkan dalam wawancara awal pada tanggal 8 Mei 2024, bahwa perilaku para siswa yang menjadikan artis K-Pop sebagai *role model* mereka, dikhawatirkan mereka yang menyukai K-Pop ini lebih

menyukai budaya Korea daripada budaya Indonesia negaranya sendiri, sehingga akan terjadi pergeseran budaya lokal dan peminat budaya lokal akan berkurang di kalangan siswa dikarenakan siswa yang merupakan kalangan remaja lebih mengutamakan budaya K-Pop yang dianggap lebih modern daripada budaya daerah sendiri. Jika para peserta didik sekarang sudah tidak mengenal budaya lokal, maka dikhawatirkan akan berdampak pada kepunahan budaya lokal dan berganti budaya baru yang tidak sesuai dengan budaya Indonesia. Selain mempengaruhi pergeseran budaya lokal, K-Pop juga dapat membuat para siswa berperilaku konsumtif, mereka akan mengeluarkan uang yang tidak sedikit untuk membeli segala hal yang berkaitan dengan K-Pop, seperti aksesoris, album, make-up, dan busana ala K-Pop.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Izzati dan Armando (2020) yang menjelaskan bahwa para remaja penggemar musik Korea cenderung fanatik mencintai idolanya sehingga rela melakukan banyak hal untuk menikmati musik populer Korea. Perubahan yang terjadi di kalangan remaja yaitu dari gaya penampilan seperti cara berpakaian dan bahasanya. Hal ini memperlihatkan tertinggalnya budaya Indonesia dan remaja Indonesia lebih condong ke budaya Korea. Remaja merelakan uang tabungan yang telah dikumpulkan atau meminta kepada orang tua untuk membeli album-album K-Pop, mengoleksi setiap *merchandise* idolanya, menonton konser, mengikuti grup online yang selalu *update* tentang idolanya dan bahkan tidak sedikit yang mengikuti cara penampilan seperti idolanya.

Penelitian ini dilakukan dikarenakan melihat besarnya minat peserta didik tingkat SMP yang merupakan usia remaja di Kota Bengkulu terhadap budaya populer negara Korea Selatan. Budaya populer tersebut telah merasuki kehidupan kaum remaja yang tercermin dari pergaulan sehari-hari mereka, baik di sekolah maupun di rumah dengan mengidolakan dan mencontoh berbagai budaya populer tersebut. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini tertuang dalam judul penelitian: “Analisis Dampak Budaya Populer Korea (K-Pop) pada Peserta Didik di SMP Negeri 13 Kota Bengkulu”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana bentuk ketertarikan peserta didik di SMP Negeri 13 Kota Bengkulu terhadap budaya populer Korea (K-Pop) ?
2. Apa dampak dari budaya populer Korea (K-Pop) pada peserta didik di SMP Negeri 13 Kota Bengkulu ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk ketertarikan peserta didik di SMP Negeri 13 Kota Bengkulu terhadap budaya populer Korea (K-Pop).

2. Untuk menganalisis dampak dari budaya populer Korea (K-Pop) pada peserta didik di SMP Negeri 13 Kota Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Dapat menambah wawasan peneliti tentang dampak budaya populer Korea (K-Pop) pada peserta didik. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan pemahaman kemampuan akademis dan wawasan pengetahuan, khususnya secara sosiologis, terutama bagi sosiologi budaya dan seiring dengan perkembangan kebudayaan yang modern.

2. Secara Praktis

Agar semua pihak (siswa, orang tua dan masyarakat) dapat mengetahui dampak positif dan negatif dari adanya perkembangan budaya baru, khususnya budaya populer Korea (K-Pop) pada peserta didik, sehingga dapat mencegah hal-hal negatif yang ditimbulkan dari pengaruh budaya populer Korea (K-Pop) pada peserta didik, khususnya bagi kalangan remaja.

E. Definisi Istilah

1. Dampak

Dalam kehidupan sehari-hari, kata dampak merupakan kata yang telah lazim digunakan dalam masyarakat luas. Dampak adalah akibat, imbas atau pengaruh yang terjadi, baik negatif atau positif, dari sebuah tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan tertentu. Dampak ada 2 (dua) jenis yaitu dampak positif dan negatif. Dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, menyakinkan, memengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik. Sedangkan dampak negatif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.

2. Budaya

Budaya diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia. Budaya merupakan suatu bentuk penciptaan dari pemikiran manusia karena setiap generasi mempunyai kebudayaan masing-masing yang berbeda dengan kebudayaan pada generasi sebelumnya. Budaya berfungsi untuk menata dan memantapkan tindakan serta tingkah laku manusia.

3. Budaya populer Korea (K-Pop)

Budaya populer Korea (K-Pop) adalah budaya, film, drama, musik serta segala sesuatu tentang Korea Selatan yang sudah menyebar ke negara-negara lain salah satunya Indonesia. Melalui industri kreatifnya, negara Korea Selatan berhasil menarik perhatian dari berbagai negara melalui berbagai jenis hiburan yang disajikan melalui media sosial. Drama dan film Korea terlebih dahulu berhasil mengambil hati para penggemar K-Pop dibandingkan dengan fashion dan musiknya. Tidak hanya musik, drama atau film Korea Selatan saja yang memiliki banyak peminat, melainkan barang elektronik, teknologi maupun pada bidang otomotif juga memiliki banyak diminati oleh masyarakat global. Banyaknya peminat budaya K-Pop pada berbagai macam negara menjadi pembuktian atas skenario besar yang dirancang untuk menguasai peradaban manusia.

4. Peserta didik

Peserta didik merupakan orang yang terdaftar dan belajar di suatu lembaga pendidikan tertentu atau orang yang belum dewasa dan memiliki sejumlah potensi dasar yang masih perlu dikembangkan. Peserta didik adalah individu yang memiliki potensi untuk berkembang, dan mereka berusaha mengembangkan potensinya itu melalui proses pendidikan pada jalur dan jenis pendidikan tertentu. Dalam perkembangan peserta didik,

secara hakiki memiliki kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan peserta didik tumbuh dan berkembang mencapai kematangan fisik dan psikis.

