

Gambaran *Celebrity Worship* dan *Psychological Well Being* Pada Wanita Dewasa Awal Penggemar Korean Pop

Kennia Pradna Adiesia¹, Lisda Sofia²

^{1,2}Department of Psychology, University of Mulawarman, Indonesia

Article Info

Article history:

Received 29 November, 2021

Revised 13 Desember, 2021

Accepted 20 Desember, 2021

Keywords:

Celebrity Worship

Psychological Well Being

Woman

Early Adulthood

ABSTRACT

This study was aimed to know how is the *celebrity worship* and *psychological well-being* of an early adulthood Korean Pop fangirl in Samarinda City. This study is a phenomenology qualitative study. The data collection methodology used were interview, observation, documentation and also used screening to choose the respondents by using *celebrity attitude scale* (CAS). The sampling technique was used purposive sampling. The subjects in this study were four subjects. The results of the study that are obtained showed that the four of subject fulfilled emotional attachment elements of *celebrity worship* intense personal feeling level, but did not showed obsessive thinking and neurotic behavior that hampered each subjects daily life. The *celebrity worship* behavior of the four subjects as Kpop fans raised several aspects of *psychological well being* that can be described optimally. The description of *psychological well being* aspects is influenced by social skills and personality factors when the subjects becoming a Kpop fans.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *celebrity worship* dan *psychological well being* pada wanita dewasa awal penggemar Korean Pop di Kota Samarinda. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode fenomenologi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi, serta penentuan responden melalui screening menggunakan *celebrity attitude scale* (CAS). Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Subjek dalam penelitian ini berjumlah empat orang. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa keempat subjek memenuhi unsur keterikatan emosi dalam tingkat *celebrity worship* intense personal feeling namun tidak menunjukkan pemikiran obsesif dan perilaku neurotik yang dapat menghambat keseharian masing-masing subjek. Perilaku *celebrity worship* dari keempat subjek sebagai penggemar Kpop memunculkan beberapa aspek *psychological well being* yang dapat tergambar secara optimal. Tergambarnya aspek-aspek *psychological well being* ini dipengaruhi dari faktor keterampilan sosial dan kepribadian ketika menjadi penggemar Kpop.

Kata kunci

Celebrity Worship
Psychological Well Being
Wanita
Dewasa Awal

Corresponding Author :

Lisda Sofia
Program Studi Psikologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Mulawarman
Email : lisdasofia@yahoo.com

PENDAHULUAN

Saat ini dengan semakin berkembangnya sosial media sebagai *platform* untuk mencari informasi dan berkomunikasi secara *online*, membuat masyarakat dunia semakin mudah untuk mendapatkan berita maupun mengetahui fenomena yang sedang hangat diperbincangkan, seperti contohnya yakni fenomena *Korean Wave*. *Korean Wave* atau dapat juga disebut sebagai *Hallyu* menurut Pertiwi (2013) merupakan budaya Pop Korea yang tersebar secara masiv keseluruhan negara yang ada di dunia termasuk Indonesia, dimana hal ini kemudian membuat masyarakat dunia memiliki ketertarikan yang besar terhadap fenomena *Korean Wave*.

Salah satu jenis *Korean Wave* yang saat ini banyak dibicarakan adalah musik Kpop atau musik Korean Pop. Musik ini sejatinya telah ada sejak tahun 90-an, namun baru tersebar dan diketahui oleh masyarakat dunia di luar Korea Selatan sekitar tahun 2009 atau 2012, setelah lagu "*Gangnam Style*" berhasil menembus peringkat ke-2 tangga lagu *Billboard's Hot 100* di Amerika Serikat (Rahmisari, 2017). Sejak saat itu penampilan *boygroup* maupun *girlgroup* Korean Pop semakin ditunggu-tunggu oleh seluruh penggemar, termasuk penggemar yang berada di Indonesia.

Indonesia sendiri termasuk salah satu negara yang masyarakatnya memiliki antusiasme yang tinggi terhadap musik Korean Pop. Berdasarkan data yang dihimpun oleh *allkpop.com*, konser musik yang diselenggarakan pada tahun 2012 oleh salah satu *agency* besar Korean Pop bertema *SMTOWN Live World Tour III in Indonesia* berhasil menarik sekitar 50ribu orang penonton (Amelya, 2012). Setelahnya konser, festival maupun acara-acara nasional yang menjadikan *boygroup* dan *girlgroup* Kpop sebagai pengisi acara

semakin sering terselenggara. Seperti yang terjadi pada penutupan *ASIAN Games 2018* di Jakarta yang mengundang *boygroup* Super Junior dan IKON sebagai bintang tamu pengisi acara.

Tingginya antusiasme terhadap musik Korean Pop ini tidak dapat dipungkiri karena kondisi fisik yang menawan, bakat dan kemampuan yang idola tersebut tampilkan sehingga membuat mereka menjadi terkenal dan memiliki banyak penggemar (Young dan Pinsky, 2006) dari berbagai jenis kelamin maupun usia. Hal ini yang kemudian membuat penggemar tertarik untuk mencari tau lebih mendalam segala hal tentang idola yang mereka sukai, yang tidak jarang membuat penggemar merasa bahwa dirinya sangat mengetahui tentang sosok idolanya, walaupun pada kenyataannya penggemar tidak pernah bertemu secara langsung.

Munculnya perilaku pengidolaan atau pemujaan pada diri seorang penggemar dikenal dengan istilah *celebrity worship*. Menurut Maltby, dkk (2006) *celebrity worship* merupakan sebuah bentuk perilaku yang bersifat satu arah yang dimiliki seorang penggemar, dimana penggemar selalu berusaha terlibat dalam kehidupan sehari-hari idolanya. Menurut Darfiyanti dan Putra (2012) apabila perilaku ini meningkat dalam kehidupan sehari-hari seorang penggemar maka keterlibatan mereka juga akan meningkat, penggemar akan merasa bahwa dirinya memiliki ikatan dan mengembangkan hubungan yang sifatnya imajinatif dengan sosok idolanya.

Maltby, dkk (2006) menyatakan bahwa perilaku *celebrity worship* terbagi menjadi tiga aspek yang digambarkan sebagai suatu tingkatan. Adapun tingkatan tersebut ialah *entertainment social*, perilaku penggemar yang menunjukkan ketertarikan mereka terhadap sosok idola melalui aktivitas di sosial media atau membicarakan bersama penggemar lain sebagai sebuah

bentuk hiburan, kemudian tingkat *intense personal feeling*, perilaku yang menunjukkan perasaan yang intensif dan kompulsif terhadap sosok idolanya dan tingkat *borderline pathological tendency*, yaitu perilaku dimana penggemar bersedia melakukan tindakan apapun untuk idolanya meskipun hal tersebut melanggar hukum dan norma sosial.

Umumnya penggemar yang berada pada usia remaja menurut Shofa (2017) menjadikan idolanya sebagai sosok panutan karena merasa idolanya memiliki banyak hal yang dapat mereka contoh. Raviv (1996) kemudian menambahkan bahwa perilaku *celebrity worship* akan berkurang bahkan cenderung menghilang seiring dengan usia seorang penggemar yang terus bertambah.

Namun fakta di lapangan menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Widjaja dan Ali (2015) menunjukkan bahwa dari 250 partisipan penelitian yang berusia 20-30 tahun ditemukan masih memiliki perilaku *celebrity worship* dengan tingkat yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa usia penggemar yang menyukai musik Korean Pop semakin beragam dan tidak terbatas pada usia remaja saja.

Peneliti kemudian melakukan *screening* terhadap 60 orang partisipan wanita penggemar Kpop yang berusia 20 hingga 30 tahun di Kota Samarinda. Hasil dari *screening* tersebut menunjukkan bahwa para partisipan juga memiliki perilaku *celebrity worship* namun dengan kategori yang berbeda-beda, yakni 5 orang dengan kategori sangat rendah, 14 orang dengan kategori rendah, 21 orang dengan kategori sedang, 17 orang dengan kategori tinggi dan 3 orang dengan kategori sangat tinggi. Hal tersebut mendukung pernyataan bahwa faktor lain yang dapat mempengaruhi *celebrity worship* selain usia adalah jenis kelamin, yakni wanita (Shofa, 2017).

Menurut Zsila dan McCutcheon (2018) penggemar wanita ditemukan memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk terpikat dengan kehidupan pribadi idolanya jika dibandingkan dengan penggemar laki-laki. Thompson (dalam Anderson, 2012) menambahkan bahwa perilaku pengidolaan melalui media gambar yang ditempel di kamar dapat menawarkan penggemar wanita untuk menjelajahi hubungan interpersonal dengan lawan jenis dengan berbagai macam cara. Sedangkan menurut Zubernis (dalam Anderson, 2012) bagi penggemar wanita dengan bergabungnya mereka dalam suatu *fandom* atau perkumpulan penggemar dapat membantu mengekspresikan perasaan yang ada pada diri mereka.

Penjelasan Zubernis tersebut dirasa sesuai dengan pendapat Friedman (2008) tentang wanita, dimana wanita dinilai sebagai sosok individu yang lebih sensitif dalam memahami dan mengartikan perilaku verbal maupun nonverbal orang-orang disekitarnya.

Meski demikian pada usia ini seharusnya penggemar wanita telah menghilangkan perilaku *celebrity worship* dan melaksanakan tugas-tugas perkembangan. Adapun tugas-tugas tersebut seperti menyelesaikan pendidikan terakhir atau dalam hal ini pendidikan pada jenjang universitas, mulai meniti karir, menunjukkan tanggungjawab di lingkungan sosial, membentuk hubungan yang intim dengan orang terdekatnya yang mana hal tersebut memerlukan keterbukaan, kepercayaan serta komitmen sebagai bentuk pemenuhan tahapan keintiman vs keterasingan yangmana apabila gagal, penggemar dapat merasakan perasaan terasing atau isolasi (Erikson dalam Santrock, 2002). Serta pada usia ini seharusnya penggemar wanita dapat mengembangkan cara berpikir yang lebih

realistis, pragmatif serta reflektif (Santrock, 2002).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Maltby, dkk (2001) individu yang memiliki perilaku *celebrity worship* khususnya yang berada pada tingkatan *intense personal feeling* dan *borderline pathological tendency* terindikasi memiliki *psychological well being* yang rendah. Hal ini dikarenakan munculnya gejala depresi serta kecemasan sebagai hasil dari kegagalan seorang penggemar dalam menerima diri, menemukan tujuan hidup serta mengembangkan dirinya.

Psychological well being sendiri menurut pernyataan yang disampaikan oleh Ryff (1989) ialah sebuah bentuk pencapaian penuh dari potensi psikologis yang dimiliki oleh seorang individu. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan seorang individu dalam menerima kelebihan maupun kekurangan yang ada dalam dirinya, mampu membangun hubungan yang positif dengan orang-orang disekitarnya, mandiri dalam menentukan sebuah tindakan, memiliki penguasaan terhadap lingkungan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan, memiliki tujuan dan target yang akan dicapai dalam hidup serta berkeinginan untuk terus mengembangkan potensi diri yang dimiliki.

Namun berdasarkan fenomena yang didapatkan oleh peneliti terhadap wanita penggemar Korean Pop, kemampuan dalam mengembangkan diri tetap dapat dilakukan meskipun mereka saat ini bergabung menjadi penggemar musik Kpop. Boon dan Lomore (dalam Sheridan, 2007) dalam penelitiannya menyatakan bahwa idola

mampu menginspirasi penggemar dalam melakukan kegiatan yang positif.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui gambaran *celebrity worship* dan *psychological well being* pada wanita dewasa awal penggemar Korean Pop khususnya yang berada di Kota Samarinda.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan fenomenologi. Menurut Creswell (2016) fenomenologi ialah pendekatan yang dilakukan oleh peneliti dalam mengidentifikasi pengalaman individu terhadap suatu fenomena yang proses pengumpulannya melalui metode observasi dan juga wawancara.

Subjek Penelitian

Pada penelitian ini jumlah subjek penelitian berjumlah empat orang yang bertempat tinggal di Kota Samarinda. Adapun penentuan keempat subjek ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2015) *purposive sampling* merupakan sebuah teknik dimana peneliti memiliki kriteria khusus untuk subjek yang menjadi sumber data, dimana para subjek penelitian ini memiliki kesesuaian dan dapat membantu memenuhi tujuan penelitian. Adapun karakteristik dari subjek yang terlibat dalam penelitian ini diringkas dalam tabel berikut:

Tabel 1. Gambaran Demografis Subjek Penelitian

Keterangan	Subjek			
	TY	LB	NK	TI
Usia	24 tahun	25 tahun	24 tahun	25 tahun
Jenis Kelamin	P	P	P	P
Agama	Islam	Islam	Islam	Islam
Pendidikan Terakhir	SMA	SMA	SMA	SMA

Pekerjaan	Mahasiswa	Mahasiswa	Mahasiswa	Mahasiswa
Status	Memiliki Pasangan	Lajang	Lajang	Memiliki Pasangan
Domisili	Samarinda	Samarinda	Samarinda	Samarinda

Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Metode observasi menurut Arikunto (2013) ialah proses pengumpulan data menggunakan pengamatan yang dilakukan secara langsung oleh peneliti terhadap suatu kondisi, perilaku, proses ataupun benda. Adapun teknik yang digunakan pada penelitian ini ialah teknik observasi partisipan pasif dengan menggunakan teknik pencatatan naratif. Menurut Sugiyono (2015) pada teknik ini peneliti akan terlibat dalam keseharian subjek yang menjadi sumber data penelitian namun tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

2. Wawancara

Arikunto (2013) mendefinisikan wawancara sebagai pembicaraan yang menjadi sebuah sarana untuk mendapatkan informasi tentang suatu hal dengan tujuan adanya penjelasan. Wawancara yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pedoman dengan pertanyaan terbuka yang berisi tema-tema pokok yang sesuai dengan tujuan penelitian.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi menurut Sugiyono (2015) merupakan pelengkap dari metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Adapun dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini berupa informasi dari surat kabar elektronik serta foto-foto koleksi *merchandise* yang dimiliki masing-masing subjek.

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015) proses analisis data ialah sebuah proses dalam mencari dan menyusun sebuah data secara

sistematis, yang mana data diperoleh melalui hasil dari wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Adapun cara yang digunakan adalah mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari kemudian membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami baik oleh diri sendiri maupun orang lain. Langkah-langkah yang diambil dalam analisis data kualitatif menurut Creswell (2016) adalah sebagai berikut:

1. Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis.
2. Membaca keseluruhan data.
3. Menganalisis lebih detail dengan *coding* data.
4. Terapkan proses *coding* untuk mendeskripsikan *setting*, orang-orang, kategori dan tema-tema yang akan dianalisis.
5. Tunjukkan bagaimana deskripsi dan tema-tema ini akan disajikan kembali dalam narasi atau laporan kualitatif.
6. Menginterpretasi atau memaknai data.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan pengambilan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi dengan keempat subjek penelitian. Dimana masing-masing subjek adalah wanita yang berada pada usia dewasa awal yang merupakan penggemar dari *boygroup* musik Korean Pop yang berbeda-beda, didapatkan hasil penelitian berupa alasan terjadinya pengidolaan, aktivitas pengidolaan atau *fangirling*, tingkatan *celebrity worship*, gambaran *psychological well being* subjek penggemar musik Korean Pop.

Alasan Pengidolaan

Keempat subjek penelitian sejatinya telah mengenal fenomena *Korean Wave* khususnya musik *Korean Pop* dan menjadikan musik Kpop beserta idolanya sebagai kegemaran mereka sejak berada di jenjang sekolah yakni SMP dan SMA hingga saat ini. Namun pada subjek TI ketertarikan akan musik dan *idol* Kpop menjadi semakin berkembang ketika berada di jenjang perguruan tinggi, saat aktivitas perkuliahan sudah tidak aktif. Meski demikian alasan utama keempat subjek menyukai musik Kpop adalah karena jenis musik yang dibawakan mampu membuat mereka bersemangat, lirik yang dinyanyikan dirasa sesuai dengan perasaan dan keadaan yang tengah dirasakan. Alasan selanjutnya karena sikap, sifat, kepribadian yang ditunjukkan oleh idola mereka. Pada subjek NK adanya perasaan kesamaan antara jalan hidup yang dilalui oleh idolanya dengan dirinya yang kemudian dapat membuat dirinya bangkit menjadi alasan tambahan masih menyukai idolanya hingga saat ini. Begitu pula dengan subjek TY, LB dan TI alasan lain adalah motivasi tambahan yang diberikan oleh sosok idola dalam keseharian mereka.

Fangirling atau Aktivitas Pengidolaan

Keempat subjek pada penelitian ini memiliki aktivitas pengidolaan yang berbeda satu sama lain. Meski aktivitas pengidolaan utama yang dilakukan keempatnya sama yakni memberikan dukungan pada karir idolanya serta melakukan pencarian informasi terkait idolanya dimedia sosial berdasarkan hasil wawancara dan observasi, masing-masing subjek kemudian mengembangkan aktivitasnya menjadi lebih beragam.

Pada subjek TY, bentuk pengembangan aktivitas pengidolaan ditunjukkan dengan keikutsertaan TY dalam komunitas *dance cover* dan komunitas

penggemar Kpop di Kota Samarinda dan Balikpapan serta pembelian album *official* dari idolanya. Subjek LB mengembangkan aktivitasnya melalui *voting* dan membaca *fanfiction*, untuk berkomunikasi dengan sesama penggemar LB lebih memilih melalui media sosial. Sama seperti TY, subjek LB juga memiliki koleksi yang berhubungan dengan idolanya.

Berbeda dengan subjek NK aktivitas mencari informasi serta berkomunikasi dengan sesama penggemar selain dilakukan di komunitas *dance cover* lebih banyak NK lakukan melalui media *roleplayworld*. Sedangkan untuk subjek TI aktivitas pengidolaan yang lebih banyak dilakukan adalah berkomunikasi dan saling bertukar informasi dengan teman dimedia sosial. Serta pembelian secara lengkap *merchandise official* yang dikeluarkan oleh *boygroup* idolanya.

Tingkatan Celebrity Worship

Keempat subjek pada penelitian ini berdasarkan hasil observasi dan wawancara memenuhi unsur pada tingkatan *entertainment sosial* dan unsur keterikatan emosi pada tingkat *intense personal feeling*. Keterikatan emosi ini kemudian membuat keempat subjek merasa ikut merasakan apa yang sedang dirasakan oleh idolanya, ikut merasakan keadaan yang sedang dialami oleh idolanya, berkeinginan membanggakan kemampuan idolanya sehingga tidak jarang muncul perasaan marah dan sedih ketika idolanya mendapatkan perlakuan tidak adil, komentar serta rumor yang buruk dan. Meski demikian keempat subjek paham bahwa melawan atau ikut serta dalam *war* antar penggemar tidak akan menyelesaikan masalah dan hanya akan semakin menambah emosi.

Keempat subjek tidak menunjukkan adanya pemikiran obsesif terhadap sosok idola, tidak menunjukkan perilaku neurotik

serta perilaku yang melanggar norma sosial. Hal ini dikarenakan keempat subjek memiliki pemikiran dan pemahaman realistis tentang kehidupan idolanya serta memahami tanggungjawab dan kewajiban yang sudah harus dilaksanakan pada usia ini.

Gambaran *Psychological Well Being*

Perilaku *celebrity worship* yang dilakukan oleh keempat subjek penelitian memunculkan beberapa aspek dalam *psychological well being* yang dominan muncul secara optimal pada diri seluruh subjek penelitian sebagai seorang penggemar Kpop, seperti aspek penerimaan diri, tujuan hidup dan pertumbuhan pribadi.

Untuk aspek hubungan positif dengan orang lain dan penguasaan terhadap lingkungan dapat tergambar secara optimal pada subjek TY, LB dan NK. Berbeda dengan subjek TI kedua aspek tersebut belum dapat tergambar dengan optimal. Sedangkan pada aspek kemandirian dirasa belum dapat tergambar dengan baik oleh subjek LB namun dapat tergambar secara baik, optimal dan semakin terasah bahkan meningkat oleh subjek TY, NK dan TI.

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada empat orang subjek wanita yakni TY, LB, NK dan TI. Masing-masing subjek merupakan penggemar dari *boyband* Korean Pop dengan *fandom* berbeda-beda. Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran *celebrity worship* dan *psychological well being* pada wanita dewasa awal penggemar Korean Pop khususnya yang berada di Kota Samarinda.

Perilaku pengidolaan atau pemujaan pada sosok idola dikenal dengan istilah *celebrity worship*. Sebuah perilaku dimana penggemar menunjukkan interaksi satu

arah dengan sosok idolanya sehingga selalu berusaha untuk terlibat dalam kehidupan *idol* sehari-hari dan tidak jarang terbawa dalam kehidupan sehari-hari penggemar (Maltby dkk, 2006). Menurut Raviv (1996) perilaku ini akan berkurang bahkan menghilang seiring dengan usia penggemar yang bertambah. Namun berdasarkan penelitian yang telah dilakukan keempat subjek tersebut di atas yang masing-masing berusia 24-25 tahun masih memiliki perilaku *celebrity worship*.

Menurut keempat subjek alasan masih dilakukannya perilaku pengidolaan atau perilaku *celebrity worship* hingga usia saat ini karena jenis musik dan lirik lagu yang dibawakan oleh masing-masing *boygroup* idola mereka dapat memberikan semangat atau disaat-saat tertentu sesuai dengan keadaan yang sedang mereka alami. Sikap serta kepribadian yang *idol* tunjukkan pada penggemar juga menjadi alasan lain perilaku ini masih dilakukan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Indrawati (2019) alasan yang disampaikan oleh keempat subjek termasuk dalam jenis *idol music* dan *idol attitude* dimana nantinya dari alasan tersebut dapat menjadi motivasi seorang penggemar untuk mengembangkan aktivitas pengidolaan.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa meskipun keempat subjek memiliki bentuk aktivitas pengidolaan yang berbeda-beda dan berbagai macam, keempatnya telah menunjukkan perilaku *celebrity worship* yang memenuhi unsur dalam tingkatan *entertainment sosial* dan keterikatan emosi pada tingkat *intense personal feeling*. Namun unsur pemikiran dan perilaku yang bersifat obsesif serta perilaku *neurotic* yang juga terdapat pada tingkatan *intense personal feeling* ini tidak dimiliki oleh keempat subjek. Menurut hasil penelitian Dewi dan Indrawati (2019), perilaku *celebrity worship* yang dimiliki keempat subjek berada pada tingkatan

baru dalam *celebrity worship* yakni tingkat *supportive idolization*, yakni sebuah bentuk perilaku pengidolaan yang hanya menjadikan sosok *idol* Kpop yang digemari sebagai sosok idola yang dilihat di atas panggung.

Menjadikan idola sebagai sosok yang digemari di atas panggung kemudian tidak jarang menimbulkan perilaku pembelian *merchandise official* maupun *non-official* sebagai bentuk dukungan terhadap karir idolanya, seperti yang dilakukan oleh subjek TY, LB dan TI. Menurut Millah (2019) kegiatan membeli pernak-pernik seperti yang dilakukan oleh ketiga subjek di atas merupakan sebuah keinginan bukan pemenuhan kebutuhan. Millah (2019) juga menyatakan bahwa penggemar yang memiliki perilaku *celebrity worship* yang semakin tinggi akan membuat perilaku konsumtif akan semakin tinggi juga. Selain melakukan pembelian *merchandise official*, subjek pada penelitian ini juga melakukan dukungan dalam bentuk *voting* seperti yang dilakukan oleh subjek LB agar idolanya berhasil memenangkan penghargaan.

Berbeda dengan TY, LB dan TI yang mengkoleksi benda-benda *official* dari idolanya, subjek NK memiliki satu folder khusus yang berisi segala hal tentang idolanya sejak *debut* hingga saat ini. NK berprinsip bahwa sikapnya saat ini yang tetap bertahan dengan idolanya merupakan bentuk kesetiaan yang lebih berharga untuk ditunjukkan oleh seorang penggemar. Terlebih dengan perjalanan hidup yang selama ini NK jalani, jatuh dan bangkit dari keterpurukan serta mendapatkan kesuksesan dilakukan bersama-sama dengan idolanya. Menurut Dewi dan Indrawati (2019) sikap NK di atas menunjukkan terjadinya motivasi pengidolaan jangka panjang dalam bentuk *inspired to success*. Sebuah motivasi yang diberikan oleh sosok idolanya dimana motivasi tersebut membantu penggemar

untuk bangkit dari situasi berat dan berusaha mencapai keberhasilan.

Perilaku keempat subjek yang tidak sampai menunjukkan adanya pemikiran yang bersifat obsesif, perilaku *neurotic* serta perilaku yang melanggar norma sosial dan hukum terjadi karena keempat subjek mampu menunjukkan pemikiran logis dan realistis yang dimiliki oleh individu pada umumnya yang berada pada usia dewasa awal yakni memahami bahwa idola mereka memiliki kehidupan lain selain sebagai seorang selebriti dan menghargai pilihan hidup idolanya. Memahami dan sedang melakukan pencapaian tanggungjawab perkembangan pada usia ini terutama lulus dari jenjang perguruan tinggi dengan cara mengurangi intensitas dalam aktivitas pengidolaan, meskipun nantinya berencana kembali akan melakukan dukungan pada masing-masing idolanya setelah lulus dan bekerja.

Perilaku *celebrity worship* yang dilakukan masing-masing subjek berdasarkan hasil penelitian memunculkan kesamaan aspek-aspek *psychological well being* yang dominan muncul secara optimal pada diri seluruh subjek sebagai penggemar Kpop yakni aspek penerimaan diri, tujuan hidup dan pertumbuhan pribadi. Keempatnya mampu menerima pengalaman yang sudah terjadi di masa lalu, memandang positif pengalaman tersebut dan menjadikannya sebagai pelajaran hidup. Menentukan dan mencapai tujuan hidup yang sudah ditentukan serta melakukan pertumbuhan potensi pribadi yang juga didapatkan ketika menjadi seorang penggemar Kpop.

Pada aspek hubungan positif dengan orang lain dan penguasaan lingkungan dapat tergambarkan secara optimal pada subjek TY, LB dan NK karena didukung oleh faktor keterampilan sosial yang didapatkan dan semakin terasah ketika menjadi seorang penggemar Kpop.

Aktivitas *fangirling* yang selama ini lebih banyak LB lakukan di sosial media sebagai cara subjek menghindari komentar negatif dari lingkungan sekitarnya seperti yang didapatkannya dari teman terdekatnya dirasa sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh Engler (dalam Shofa, 2017). Menurut Zubernis dan Larsen (2012) hal ini dilakukan karena konotasi negatif pada kata *fangirl* terlebih subjek juga merupakan *shipper boyxboy*. Meski demikian perilaku tersebut tidak membuat LB sebagai penggemar Kpop memiliki sedikit teman dan menjauhkan diri dari aktivitas sosial seperti contoh perilaku dari keterampilan sosial yang buruk yang disampaikan oleh Perse dan Rubin (dalam Shofa, 2017).

Jones dan Rusell (dalam Shofa, 2017) menambahkan bahwa individu yang pemalu digambarkan memiliki keterampilan sosial yang buruk sehingga menjadi faktor terjadinya *celebrity worship*. Namun berdasarkan hasil penelitian, subjek TY, LB dan NK merupakan pribadi yang terbuka, memiliki emosi yang positif, ketiga subjek juga tidak segan membuka pembicaraan baru dengan topik yang lebih umum dan luas ketika berinteraksi dengan orang lain. Hal ini kemudian menunjukkan bahwa ketiga subjek memiliki keterampilan sosial yang baik dan dirasa tetap berkembang ketika menjadi penggemar Kpop karena mampu mengembangkan hubungan interpersonal dengan lingkungan sekitarnya dan memiliki penguasaan lingkungan yang baik. Hal ini dirasa sesuai dengan pendapat Budiman (2006) yang menyatakan bahwa kemampuan dalam berkomunikasi, menyesuaikan diri untuk menjalin hubungan yang baik merupakan bentuk dari keterampilan sosial.

Selain itu keikutsertaan subjek TY dan NK dalam komunitas *dance cover* maupun komunitas penggemar menurut Maltby, dkk (2001) merupakan potensi positif dari

celebrity worship yang dapat menambah produktivitas hubungan sosial antara penggemar dengan lingkungannya.

Selain faktor keterampilan sosial, kedua aspek tersebut di atas dirasa dapat tergembar dengan optimal karena didukung juga dengan faktor kepribadian. Menurut Ryff dan Keyes (dalam Wells, 2010) kepribadian *extrovert* merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada aspek pertumbuhan pribadi di *psychological well being*. McCrae dan Costa (dalam Meilisa dan Yanuvianti, 2016) mengemukakan bahwa *trait extraversion* menggambarkan tentang kenyamanan seseorang terhadap suatu hubungan serta memperlihatkan kuantitas dalam berinteraksi. Ketiga subjek memiliki emosi positif dan kemampuan untuk mengembangkan hubungan interpersonal yang hangat dan baik dengan lingkungan sekitarnya, baik dengan ketertarikan yang sama maupun tidak, sehingga menunjukkan bahwa sebagai penggemar Kpop ketiganya memiliki rasa nyaman ketika berinteraksi dengan orang lain. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Meilisa dan Yanuvianti (2016) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *trait extraversion* dengan *celebrity worship* pada tingkat *entertainment social* dan *intense personal feeling*.

Berbeda dengan subjek TI, karena perilaku *celebrity worship* dilakukan sebagai bentuk dari perasaan kesepian, semakin berkurangnya aktivitas dengan lingkungan sosial saat ini setelah perkuliahan selesai serta pribadi TI yang merasa kurang nyaman melakukan aktivitas dengan lingkungan yang ramai membuat TI lebih nyaman berinteraksi melalui media (Perse dan Rubin dalam Shofa, 2017). Hal ini kemudian menjadi pendukung kurangnya TI dalam penguasaan lingkungan dan hubungan positif dengan orang lain yang dilakukan secara nyata tidak hanya interaksi yang dilakukan melalui

media seperti yang lebih banyak dilakukan oleh TI saat ini. Hal ini juga tidak terlepas dari kesulitan TI dalam mengungkapkan keluh kesahnya secara langsung, namun mulai merasa nyaman ketika berinteraksi dengan orang lain melalui sosial media. Menurut hasil penelitian Nurohmah dan Prakoso (2019) kekurangan seorang penggemar dalam menjalin hubungan positif di lingkungannya dapat terjadi karena kurangnya rasa nyaman ketika berinteraksi.

Pada aspek kemandirian dalam *psychological well being* yang menurut Ryff dan Keyes (dalam Wells, 2010) merupakan suatu bentuk evaluasi diri, menentukan suatu pendapat dan keputusan serta memahami hal negatif dan positif yang akan didapatkan, tergambar secara baik karena terbiasa dilakukan sejak remaja oleh subjek TI dan semakin terasah dan meningkat setelah menjadi penggemar Kpop ditunjukkan oleh subjek TY dan NK.

Sedangkan aspek kemandirian pada subjek LB dirasa belum dapat tergambar dengan baik karena masih seringnya LB bergantung pada teman-teman di lingkungan terdekatnya dalam menentukan suatu keputusan. Menurut Ryff dan Keyes (dalam Wells, 2010) perilaku tersebut merupakan bentuk dari kurangnya kemandirian dalam diri individu.

Hasil penelitian ini ingin mendukung pemaparan yang disampaikan oleh Jenkis dan Jenson (dalam Maltby, 2001) bahwa yang dibutuhkan saat ini adalah membuat penggemar dapat menjalankan hubungan antara penggemar dengan *idol* secara semestinya tanpa harus memfokuskan hal-hal yang negatif tentang *celebrity worship*.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Adapun keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah karakteristik subjek yang terbatas pada usia dewasa awal membuat gambaran perilaku *celebrity*

worship maupun *psychological well being* belum dapat tergambar lebih mendalam dan menarik. Gambaran *psychological well being* yang ditunjukkan masing-masing subjek cenderung positif karena perilaku *celebrity worship* yang terjadi pada keempat subjek yang berada pada usia dewasa awal merupakan perilaku pada saat usia remaja yang masih melekat dalam diri masing-masing subjek.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Subjek TY memenuhi unsur keterikatan emosi pada tingkat *intense personal feeling* namun tidak menunjukkan pemikiran obsesif dan perilaku *neurotic* yang dapat menghambat keseharian. Sebagai penggemar musik Kpop TY bergabung dengan komunitas Kpop dan juga *dance cover* Kpop. Memiliki keterikatan emosi sehingga memberikan dukungan pada sosok idola melalui pembelian album-album idolanya sebagai bentuk dukungan. Pemenuhan unsur perilaku *celebrity worship* yang tidak sampai menghambat keseharian sehingga membuat aspek-aspek dalam *psychological well being* seperti penerimaan diri, hubungan positif dengan orang lain, penguasaan lingkungan, pertumbuhan pribadi dan tujuan hidup dapat tergambar secara optimal. Tercapainya aspek-aspek tersebut tidak terlepas dari faktor keterampilan sosial yang TY miliki serta emosi positif dan pengembangan hubungan interpersonal yang baik sebagai seorang penggemar Kpop.
2. Subjek LB memenuhi unsure keterikatan emosi *celebrity worship* pada tingkat *intense personal feeling* namun tidak sampai menunjukkan pemikiran obsesif terhadap idolanya dan tidak

menganggap bahwa idola merupakan sosok pasangan nyata saat ini. Adapun perilaku *celebrity worship* yang muncul adalah pencarian informasi dan aktivitas *fangirling* seperti membaca *fanfiction*, *voting* dan bermain *twitter* di sosial media. Menunjukkan adanya keterikatan emosi yang kuat dengan pasangan idola yang disukai serta keseluruhan *member boygroup* idolanya. Perilaku *celebrity worship* yang LB miliki tidak sampai mengganggu aktivitas sehari-hari sehingga membuat beberapa aspek seperti hubungan positif dengan orang lain, penguasaan terhadap lingkungan, tujuan hidup serta pertumbuhan pribadi dapat tergambar secara optimal. Hal ini tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi seperti emosi positif, keterampilan dalam menyesuaikan diri dan sikap terbuka dengan pengalaman baru yang LB miliki sebagai penggemar Kpop. Namun dalam aspek kemandirian pada usia saat ini masih perlu untuk LB kembangkan.

3. Subjek NK memenuhi unsur keterikatan emosi pada *celebrity worship* tingkat *intense personal feeling* namun tidak dengan unsur pemikiran obsesif dan *neurotic* yang juga ada pada tingkatan ini, ditunjukkan dengan interaksi dengan sesama penggemar, serta memiliki perasaan bahwa dirinya memiliki ikatan yang tidak bisa dijelaskan dengan kata-kata karena idola merupakan sosok yang menginspirasi NK serta salah satu sosok yang member motivasi untuk dirinya. Perilaku *celebrity worship* yang ditunjukkan NK tidak sampai menunjukkan perasaan obsesif pada sosok idola sehingga beberapa aspek dalam *psychological well being* dapat terlihat menonjol seperti penerimaan diri, penguasaan terhadap lingkungan dan pertumbuhan diri serta tujuan hidup yang tidak lepas dari faktor keterampilan

sosial dan emosi positif sebagai seorang penggemar Kpop yang dimiliki oleh NK dikesehariannya.

4. Subjek TI memenuhi unsur keterikatan emosi pada *celebrity worship* tingkat *intense personal feeling* namun tidak sampai menunjukkan pemikiran yang obsesif pada idolanya. Perilaku ditunjukkan dengan aktivitas pencarian informasi melalui internet dan melakukan pembicaraan dengan penggemar melalui media secara aktif serta perilaku pembelian sebagai seorang penggemar untuk mendukung serta memenuhi kegemaran dalam mengkoleksi benda. Perilaku *celebrity worship* yang dilakukan TI merupakan bentuk keterampilan sosial yang rendah yang TI miliki, karena merasakan perasaan kesepian, lebih nyaman sendiri, kesulitan dalam mengungkapkan perasaan secara langsung sehingga lebih banyak menggunakan waktunya untuk aktivitas pengidolaan dan merasa lebih nyaman berinteraksi menggunakan media dengan sesama penggemar. Hal ini membuat penguasaan lingkungan dan hubungan positif dengan orang lain pada aspek *psychological well being* belum dapat tergambar secara optimal namun untuk aspek penerimaan diri, kemandirian, pertumbuhan pribadi serta tujuan hidup sebagai seorang penggemar digambar secara optimal oleh TI.
5. Keempat subjek menunjukkan perilaku *celebrity worship* yang memenuhi tingkatan *entertainment sosial* dan unsur pada tingkat *intense personal feeling* berupa keterikatan emosi dengan idolanya, namun tidak sampai menunjukkan pemikiran obsesif, perilaku *neurotic* serta perilaku irasional lain yang mengganggu keseharian sebagai seorang penggemar Kpop. Keempat subjek menunjukkan pemikiran realistis

yang dimiliki oleh individu pada usia dewasa awal dan melakukan proses pemenuhan tanggung jawab perkembangan usia dewasa awal dalam hal lulus dari perguruan tinggi. Sebagai seorang penggemar Korean Pop beberapa aspek *psychological well being* pada keempat subjek yang dominan muncul secara optimal antara lain penerimaan diri, tujuan hidup dan pertumbuhan pribadi. Aspek hubungan positif dengan orang lain dan penguasaan lingkungan digambarkan secara optimal oleh subjek TY, LB dan NK karena pengaruh dari faktor keterampilan sosial dan kepribadian sebagai menjadi penggemar Kpop. Sedangkan pada subjek TI tidak tergambar dengan optimal kedua aspek tersebut di atas karena faktor keterampilan sosial yakni perasaan kesepian dan kesulitan dalam mengungkapkan perasaan secara langsung yang membuat interaksi melalui media sosial dengan sesama penggemar dirasa lebih nyaman untuk dilakukan. Aspek kemandirian belum dapat tergambar dengan baik pada subjek LB karena masih seringnya LB bergantung dengan lingkungan terdekatnya dalam menentukan sebuah keputusan. Sedangkan kemandirian pada subjek TI tergambar secara baik karena terbiasa dilakukan sejak remaja, dan kemandirian semakin terasah dan meningkat setelah menjadi penggemar Kpop ditunjukkan oleh subjek TY dan NK.

SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti terkait proses serta hasil yang diperoleh dari penelitian ini, yakni:

1. Bagi Subjek Penelitian

Subjek diharapkan semakin mampu mengembangkan emosi positif terhadap kemampuan diri maupun terhadap lingkungan sosial disekitarnya agar perasaan nyaman dalam berinteraksi dengan orang lain dapat berkembang secara maksimal dan mampu menerima pengalaman-pengalaman baru. Para subjek diharapkan mampu mengembangkan komunikasi, interaksi dan hubungan interpersonal yang lebih luas, tidak hanya dengan lingkungan yang memiliki ketertarikan yang sama dengan masing-masing subjek saja, agar nantinya rasa percaya, keterbukan, kenyamanan dan kelekatan dengan orang-orang lain yang merupakan bagian penting dalam kehidupan subjek dapat tumbuh. Serta bagi subjek yang belum memiliki pasangan, diharapkan dapat mulai terbuka dan membangun rasa percaya sehingga dapat menjalin hubungan dekat dengan lawan jenis.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih mendalam mengenai *psychological well being* para penggemar yang berada pada usia dewasa madya dengan perilaku *celebrity worship* tingkat *intense personal feeling* bahkan *borderline pathological tendency*, pengaruh keikutsertaan penggemar dalam suatu komunitas terhadap hubungan positif dengan orang lain dan pertumbuhan pribadi. Serta bagaimana gambaran komunikasi interpersonal pada penggemar Korean Pop, baik penggemar wanita maupun pria yang telah memiliki pasangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelya, A. (2012, September). *Konser Kpop Terbesar, Penonton SMTOWN INA Capai 50 Ribu Orang*. Diakses dari <https://www.kapanlagi.com/showbiz/a>

- sian-star/konser-k-pop-terbesar-penonton-smtown-ina-capai-50-ribu-orang-06377a.html.
- Anderson, T. (2012). Still kissing their posters goodnight : female fandom and the politics of popular music. *Journal o Audience & Reception Studies*, 9(2), 239-264
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiman, N. (2006). *Memahami perkembangan anak usia sekolah dasar*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed (edisi Ke-3)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darfiyanti, D., & Putra M. G. B. A. (2012). Pemujaan terhadap idola pop sebagai dasar intimate relationship pada dewasa awal: Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*, 1(2), 53-60.
- Dewi, D. P. K. S., & Indrawati, K.R. (2019). Gambaran *celebrity worship* pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6, 291-300. Doi: 10.24843/JPU.2019.v06.i02.p08
- Friedman, H. S., & Schustack, M. W. (2008). *Kepribadian: Teori klasik dan riset modern (edisi ke-3 jilid 2)*. Jakarta: Erlangga.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Gillett, R., Houran, J., & Ashe, D. D. (2004). Personality and coping: A context for examining celebrity worship and mental health. *British Journal of Psychology*. 95, 411-428. Doi: 10.1348/0007126042369794
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L.E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. *Journal Personality and Individual Differences*. 40, 273-283. Doi: 10.1016/j.paid.2005.07.004
- Maltby, J., McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., & Houran, J. (2001). The self-reported psychological well being of celebrity worshippers. *North American Journal of Psychology*, 3(3), 441-452.
- Meilisa, T. F., & Yanuvianti, M. (2016). Hubungan antara *trait* kepribadian *the big five* dengan *celebrity worship* pada komunitas JKT48 West Java di kota Bandung. *Prosiding Psikologi*, 2(2), 782-787. Diakses dari <http://karyailmiah.unisba.ac.id>.
- Millah, S. L. (2019). *Hubungan celebrity woship dengan perilaku konsumtif remaja penggemar boyband BTS*. (skripsi). Diakses dari <http://digilib.uinsby.ac.id>.
- Nurohmah, Y. F., & Prakoso, H. (2019). Hubungan *psychological well being* dan *celebrity worship* pada anggota *fansclub* EXO di Bandung. *Prosiding Psikologi*, 5(1), 181-186. Diakses dari <http://karyailmiah.unisba.ac.id>.
- Pertiwi, S. A. (2013). Konformitas dan fanatisme pada remaja korean wave (penelitian pada komunitas super junior fan club elf everlasting friend) di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 84-90.
- Rahmisari, M. (2017, Desember) . *Generasi Grup Kpop dari Masa ke Masa*. Diakses dari <https://kumparan.com/@kumparank-pop/generasi-grup-k-pop-dari-masa-ke-masa>.
- Raviv, A., Bar-Tal, D., Raviv, A., & Ben-Horin, A. (1996). Adolescent idolization of pop singers: Causes expressions and reliance. *Journal of Youth and*

- Adolescence, 25, 631-650. Doi: 10.1007/BF01537358
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 1069-1081. Doi: 10.1037/0022-3514.57.6.1069
- Santrock, J. W. (2002). *Life-span development: Perkembangan masa hidup*. Jakarta: Erlangga.
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillet, R. (2007). Celebrity worship, addiction and criminality. *Psychology, Crime and Law*, 13, 559-571. Doi: 10.1080/10683160601160653
- Shofa, M. (2017). *Gambaran psikologis celebrity worship pada dewasa awal (Studi kasus mahasiswa penggemar korean pop)*. (skripsi). Diakses dari <http://etheses.uin-malang.ac.id/9315>
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wells, I. E. (2010). *Psychological well-being*. New York: Nova Science Publisher, Inc.
- Widjaja, A. K., & Ali, M.M. (2015). Gambaran *celebrity worship* pada dewasa awal di Jakarta. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Nusantara*, 6, 21-28. Doi: 10.21512/humaniora.v6i1.3294
- Young, M. S., & Pinsky, D. (2006). Narcissism and celebrity. *Journal of Research in Personality*, 40, 463-471. Doi:10.1016/j.jrp.2006.05.005
- Zubernis, L., & Larsen, K. (2012). *Celebration, shame and fan/product relationship*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Zsila, A., McCutcheon, L. E., & Demetrovics, Z. (2018). The association of celebrity worship with problematic internet use, maladaptive daydreaming, and desire for fame. *Journal of Behavioral Addictions*, 7, 654-664. Doi: 10.1556/2006.7.2018.76.