



**BRPKM**

Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental

<http://e-journal.unair.ac.id/BRPKM>

e-ISSN: 2776-1851



ARTIKEL PENELITIAN

## Hubungan antara *Celebrity Worship* dan Kesejahteraan Psikologis Remaja Penggemar K-Pop

DITA NABILA FAUZIAH & ACHMAD CHUSAIRI\*

Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

### ABSTRAK

Pengidolaan terhadap selebriti K-Pop yang marak dijumpai pada kalangan remaja berhasil menarik perhatian banyak pihak untuk mempelajari kaitan fenomena tersebut dengan kesejahteraan psikologis penggandrungnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis remaja penggemar K-Pop. Penelitian korelasional yang menggunakan instrumen *celebrity attitude scale* dan *Ryff's psychological well-being scale* ini melibatkan 702 partisipan berusia 13-19 tahun (43 laki-laki; 659 perempuan). Hasil analisis data menggunakan teknik korelasi Pearson menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan, dengan kekuatan cukup antara *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis pada remaja penggemar K-Pop ( $r=-0,344$ ;  $p<0,001$ ). Temuan ini dapat dimaknai bahwa semakin tinggi tingkat *celebrity worship* pada remaja penggemar K-Pop, kesejahteraan psikologisnya justru semakin menurun, dan begitupun sebaliknya.

**Kata kunci:** *celebrity worship, kesejahteraan psikologis, penggemar K-Pop, remaja*

### ABSTRACT

The idolization of K-Pop celebrities that is common among adolescents has attracted the attention of many parties to study the relationship between this phenomenon and the psychological well-being of its fans. This study aims to examine the relationship between celebrity worship and psychological well-being in adolescent K-Pop fans. This correlational study involving 702 participants aged 13-19 years old (43 males; 659 females) was measured using celebrity attitude scale and Ryff's psychological well-being scale. The result of data analysis using Pearson correlation shows that there is a significant negative relationship with moderate strength between celebrity worship and psychological well-being in adolescent K-Pop fans ( $r=-0,344$ ;  $p<0,001$ ). This finding can be interpreted that the higher the level of celebrity worship in adolescent K-Pop fans, their psychological well-being decreases, and vice versa.

**Keywords:** *adolescents, celebrity worship, K-Pop fans, psychological well-being*

Buletin Penelitian Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM), 2022, Vol. 1(2), 398-400

\*Alamat korespondensi: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, Kampus B Universitas Airlangga Jalan Airlangga 4-6 Surabaya 60286. Surel: [achmad.chusairi@psikologi.unair.ac.id](mailto:achmad.chusairi@psikologi.unair.ac.id)



Naskah ini merupakan naskah dengan akses terbuka dibawah ketentuan the Creative Common Attribution License (CC-BY-4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), sehingga penggunaan, distribusi, reproduksi dalam media apapun atas artikel ini tidak dibatasi, selama sumber aslinya disitir dengan baik.

## PENDAHULUAN

Kehadiran internet yang merupakan produk dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, telah berhasil mempermudah interaksi sosial antar individu. Kehadiran internet juga mempermudah individu untuk mendapat berbagai konten informasi maupun hiburan, tanpa terhambat oleh dimensi ruang dan waktu. Salah satu contohnya, individu menjadi lebih mudah mengakses konten-konten hiburan seperti musik, film, serial, ataupun karya lainnya. Bahkan, kemudahan internet memungkinkan individu untuk mengetahui informasi di balik pembuatan karyanya, hingga kehidupan personal para selebriti yang menciptakan karya-karya tersebut. Kemudahan akses ini kemudian menjadi fenomena tersendiri, dimana para selebriti maupun karya seninya semakin banyak diapresiasi dan digandrungi oleh berbagai kalangan (McCutcheon & Aruguete, 2021).

Di Indonesia sendiri, salah satu aliran karya seni yang digandrungi saat ini adalah 'K-Pop', kependekan dari *Korean Pop*, yang merujuk pada budaya musik populer Korea. Banyaknya penggemar K-Pop saat ini, tak terlepas dari fenomena *Korean Wave (Hallyu)*, yang merupakan fenomena meningkatnya arus atau gelombang budaya populer Korea di seluruh penjuru dunia sejak akhir tahun 1990-an. *Korean Wave* ini mencakup berbagai produk budaya seperti *fashion*, gaya hidup, kuliner, serial drama (*K-drama*), musik (K-Pop) yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia, hingga produk-produk budaya populer Korea lainnya (Jang & Paik, 2012).

Banyaknya penggemar K-Pop di Indonesia dapat dilihat dari aktivitas penggunaan *Twitter*, salah satu sosial media yang sering digunakan oleh para penggemar K-Pop dalam kurun waktu 10 tahun belakangan ini (Kim, 2021). Menurut laporan resmi yang dirilis oleh *Twitter*, dari total 7,5 miliar cuitan tentang K-Pop dalam kurun waktu 1 Juli 2020 hingga 30 Juni 2021, Indonesia kembali berhasil menempati peringkat pertama sebagai negara dengan jumlah cuitan dan *unique authors* yang membicarakan tentang K-Pop terbanyak di dunia (Kim, 2021).

Tingginya angka penggemar K-Pop di Indonesia ini ternyata didominasi oleh kalangan usia remaja. Lebih spesifik, remaja madya merupakan fase dimana pemujaan terhadap idola mencapai puncaknya (McCutcheon dkk., 2002). Hal ini juga selaras dengan hasil survei yang menunjukkan bahwa dari 100 orang penggemar K-Pop di Indonesia, 57% nya adalah remaja dengan rentang usia 12-20 tahun, 42% nya berada di fase dewasa awal dengan rentang usia 21-30 tahun, dan 1% sisanya berusia di atas 30 tahun (Nurani dkk., 2017).

Maraknya fenomena ketertarikan individu terhadap para selebriti K-Pop maupun selebriti lainnya, mendorong para peneliti untuk mempelajari perilaku obsesi individu penggemar selebriti yang dikenal dengan istilah *celebrity worship*. Sebuah studi menunjukkan bahwa fenomena *celebrity worship* telah meningkat secara dramatis sejak tahun 2001 hingga saat ini (McCutcheon & Aruguete, 2021). Meningkatnya pemujaan terhadap selebriti yang sering dijumpai pada kalangan remaja ini menimbulkan *concern* tersendiri bagi orang tua, pendidik, maupun peneliti. Pasalnya, individu yang menjadi penggemar selebriti diasosiasikan memiliki sikap dan perilaku yang berubah-ubah mengikuti idolanya (Chia & Poo, 2009). Mereka tak ragu untuk menghabiskan banyak waktu, uang, dan energi untuk sang idolanya. Selain itu, individu yang menjadi penggemar selebriti juga cenderung meniru gaya hidup hingga nilai-nilai personal sang idola (Cheung & Yue, 2003). Hal ini menjadi masalah tersendiri jika para selebriti yang diidolakan justru memberi pengaruh yang bertolak belakang dengan norma yang dianut oleh kebanyakan masyarakat, seperti penggunaan zat-zat terlarang, upaya *self-harm*, hingga fenomena *copycat suicide* yang ketiganya telah menjadi bagian dari *pop culture* (Zsila dkk., 2020).

Salah satu fenomena yang menunjukkan betapa kuatnya pengaruh selebriti terhadap kehidupan penggemarnya adalah fenomena *copycat suicide*, yaitu upaya bunuh diri yang dilakukan oleh individu setelah terpapar berita bunuh diri seorang selebriti maupun orang terkenal lainnya (Cheung & Yue, 2003; Zsila dkk., 2020). Seorang perempuan di Indonesia diberitakan melakukan percobaan bunuh diri setelah mengetahui Jonghyun, idolanya dari grup K-Pop *Shinee*, dikabarkan tewas akibat bunuh diri (Dam-young, 2017). Angka bunuh diri di Korea juga dikabarkan meningkat cukup drastis, sebagai dampak dari peristiwa bunuh diri Jonghyun dan selebriti K-Pop lainnya (Suzuki, 2019).

Representasi selebriti di media juga memiliki pengaruh yang kuat bagi audiensnya. Para selebriti yang diidolakan sering direpresentasikan sebagai sosok sempurna dengan citra tubuh yang cenderung tak realistis. Tak jarang hal ini menginspirasi para penggemar ataupun audiensnya untuk mengatur pola makan dengan sangat ketat hanya demi memiliki citra tubuh yang serupa dengan idolanya (Maltby dkk., 2005). Hal ini justru menimbulkan bahaya bagi kesehatan, karena perilaku makan tersebut berpotensi mengarahkan pada kondisi patologis seperti Anorexia (Maltby dkk., 2005).

Kecenderungan individu untuk terlibat dalam perilaku yang secara tidak langsung dipromosikan oleh media akan semakin meningkat, apabila selebriti yang dijadikan objek *celebrity worship* juga turut terlibat di dalamnya (Maltby dkk., 2005). Penelitian terkait *celebrity worship* ini telah cukup banyak dilakukan dan diprediksikan akan terus berkembang (Maltby dkk., 2004; Zsila dkk., 2018). Selebriti sendiri didefinisikan sebagai sosok terkenal yang masih hidup ataupun sosok terkenal yang telah meninggal dalam kurun waktu kehidupan penggemarnya (Zsila dkk., 2020). Sedangkan, *celebrity worship* didefinisikan sebagai perilaku obsesi individu terhadap satu atau lebih selebriti (Maltby dkk., 2003).

*Celebrity worship* telah menjadi konstruk psikologis yang terdiri atas tiga dimensi tahapan yang merefleksikan tahapan absorpsi yang berbeda-beda, yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological* (Zsila dkk., 2020). *Celebrity worship* dipandang sebagai sebuah rentang mulai dari antusiasme yang wajar, hingga ketertarikan obsesif terhadap selebriti (McCutcheon & Aruguete, 2021). Pada tahapan *entertainment-social*, individu tertarik pada selebriti atas dasar nilai-nilai hiburan dan sebagai sumber interaksi sosial dengan penggemar yang lain. Pada tahapan *intense-personal*, dimensi ini merefleksikan perasaan yang lebih intens pada selebriti idolanya dan adanya peningkatan penyerapan atau internalisasi pada kehidupan personal penggemar. Pada tahapan terakhir yaitu dimensi *borderline-pathological*, individu melakukan identifikasi yang berlebihan dengan selebriti idolanya, bersedia melakukan hampir apapun untuk menyenangkan selebriti idolanya, hingga memunculkan fantasi-fantasi delusional tentang selebriti idolanya (Brooks, 2021). Sebuah model yang disebut *The Absorption-addiction Model* untuk memahami *celebrity worship*. Model ini menjelaskan bahwa individu yang melakukan *celebrity worship* dapat mengembangkan toleransi terhadap perilaku yang awalnya ditujukan untuk memuaskan kebutuhannya, namun justru mengarah pada hubungan parasosial yang melibatkan kecanduan (McCutcheon dkk., 2002).

Beberapa studi terdahulu melihat fenomena *celebrity worship* sebagai suatu patologi (Maltby dkk., 2001). Hal ini berangkat dari fenomena-fenomena seperti surat ancaman dari penggemar untuk idolanya, upaya bunuh diri karena selebriti yang diidolakan menikah, perilaku *stalking*, dan upaya *self-harm* (Maltby dkk., 2001, 2003). Studi-studi terdahulu menunjukkan bahwa *celebrity worship* berkorelasi positif dengan adiksi, kriminalitas, penggunaan internet yang problematik, perilaku *maladaptive daydreaming*, *desire for fame*, *compulsive buying*, kecenderungan *narcissism*, citra tubuh yang buruk, dan beberapa variabel lain yang diasosiasikan dengan kesejahteraan mental yang buruk (Ashe dkk., 2005; Cheung & Yue, 2003; Maltby dkk., 2005; McCutcheon dkk., 2016; Reeves dkk., 2012; Sheridan dkk., 2007; Vally dkk., 2021; Zsila dkk., 2018, 2020). Selain itu, *celebrity worship* ditemukan

memiliki korelasi yang negatif dengan kepuasan hidup, konsep diri, performa akademik, *self-esteem*, pencapaian identitas, *intimate relationship*, dan kesejahteraan psikologis (Chia & Poo, 2009; Maltby dkk., 2001; Reeves dkk., 2012).

Walaupun banyak studi terdahulu berfokus pada aspek patologis dari *celebrity worship*, terdapat pandangan yang berusaha melihat fenomena ini sebagai suatu hubungan yang kompleks, yang lebih menekankan peran penggemar seperti sikap apresiasi dan antusiasme yang ditunjukkan atas bakat yang dimiliki selebriti idolanya (Maltby dkk., 2001). Fenomena ini memungkinkan adanya dukungan-dukungan sosial dalam komunitas *fandom*, yang dianggap mampu menghambat berbagai pengaruh patologis dari perilaku *celebrity worship* (Reyes dkk., 2016). Selain itu, *celebrity worship* dianggap sebagai suatu proses wajar yang penting bagi perkembangan diri remaja, kaitannya dengan individuasi dan otonomi dari orangtua (Cheung & Yue, 2003).

Walaupun penelitian terdahulu di konteks Barat banyak menemukan aspek patologis dari perilaku *celebrity worship*, adanya interaksi budaya yang kompleks juga dianggap memunculkan potensi hubungan yang positif antara *celebrity worship* dengan *kesejahteraan psikologis* (Azzahra & Ariana, 2021). Misalnya, pada konteks Negeri Ginseng dengan musik populer Koreanya, dimana beberapa penggemarnya justru mengakui bahwa K-Pop telah menginspirasi, memotivasi, membantu mengembangkan diri, bahkan menyelamatkan kehidupan mereka (Floretta, 2021; Triadanti, 2020). Sebagaimana kisah Dinan, seorang penggemar K-Pop yang berhasil menjadi ilustrator hingga menerbitkan karyanya sendiri berupa buku yang terinspirasi dari kelompok musik EXO. Ada pula kisah Jasmin, penggemar K-Pop yang merasa terselamatkan dari episode-episode depresinya karena lirik bermakna yang dinyanyikan BTS, kelompok musik favoritnya (Floretta, 2021).

Jika studi-studi terdahulu lebih banyak berfokus pada afek negatif dan gangguan tertentu, studi terkait *celebrity worship* perlu juga diimbangi oleh pendekatan psikologi positif, yang menekankan pada afek-afek positif dan kesejahteraan psikologis individu (Azzahra & Ariana, 2021; Vazquez dkk., 2009). Hal ini ditujukan sebagai upaya penyesuaian terhadap tren baru dalam penelitian kesehatan mental, yang tak lagi berfokus pada hadir atau tidaknya disfungsi psikologis sebagai indikator kesehatan, melainkan berfokus pada potensi-potensi diri dan kehadiran kesejahteraan psikologis untuk kualitas hidup yang optimal (Azzahra & Ariana, 2021; Fava, 2012; Vazquez dkk., 2009). Kesejahteraan psikologis atau *psychological well-being* sendiri didefinisikan sebagai suatu kombinasi dari kondisi yang cenderung positif, seperti kebahagiaan (perspektif hedonik) dan keberfungsian yang optimal, baik secara individual maupun dalam kehidupan sosial (perspektif eudaimonik) (Winefield dkk., 2012).

Berkaitan dengan penelitian tentang *celebrity worship* yang menekankan pendekatan psikologi positif, terdapat sebuah studi yang mendukung adanya potensi hubungan positif antara *celebrity worship* dengan kesejahteraan psikologis, yang mana bertolak belakang dengan hasil-hasil penelitian terdahulu. Sebuah studi menemukan bahwa terdapat hubungan positif yang cukup signifikan antara *celebrity worship* dengan kesejahteraan psikologis penggemar K-Pop dewasa awal (Azzahra & Ariana, 2021). Studi lain yang juga selaras dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa remaja penggemar K-Pop yang melakukan *celebrity worship* memiliki kualitas hidup yang relatif baik (Nurul, 2020). Kedua hasil penelitian tersebut mendukung sebuah argumentasi yang menyatakan bahwa *celebrity worship* berpotensi membawa manfaat bagi individu, seperti adanya kesempatan untuk membangun suatu komunitas penggemar yang dinilai merefleksikan interaksi sosial yang produktif sekaligus sebagai bentuk *coping stress* dalam keseharian (Azzahra & Ariana, 2021). Adanya perbedaan hasil penelitian ini, menjadi dorongan tersendiri bagi penulis untuk menguji lebih lanjut hubungan antar keduanya.

Berdasarkan pemaparan di atas, diketahui bahwa fenomena *celebrity worship* dan representasi media memiliki pengaruh yang penting terhadap nilai-nilai personal dan perilaku individu. Dikarenakan penelitian terdahulu terkait *celebrity worship* cenderung berfokus pada kehadiran aspek patologis, penelitian pada topik ini juga perlu diimbangi oleh pendekatan psikologi positif, yang menekankan pada kesejahteraan psikologis dan kualitas hidup individu. Adanya perbedaan hasil penelitian terkait *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis yang telah dipaparkan, menjadi dorongan tersendiri bagi penulis untuk menguji lebih lanjut hubungan antar keduanya. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian untuk menguji hubungan antara *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis pada remaja penggemar K-Pop, mengingat fenomena ini memuncak pada usia remaja dan juga didominasi oleh kalangan usia tersebut. Selain itu, penulis memilih berfokus pada penggemar K-Pop, dikarenakan K-Pop adalah aliran karya seni yang banyak digandrungi oleh masyarakat Indonesia saat ini.

## METODE

### *Desain Penelitian*

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan adanya hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis, yang mana dalam hal ini adalah *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis. Berdasarkan dimensi waktunya, penelitian ini tergolong ke dalam penelitian *cross-sectional correlations*, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji apakah antar variabel yang diteliti berkorelasi ketika diukur pada waktu yang bersamaan (Morling, 2018). Sedangkan, berdasarkan metode pengumpulan data yang digunakan, penelitian ini menggunakan metode survei yang disebarakan secara daring sejak 22 Februari 2022.

### *Partisipan*

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu salah satu teknik *non-random sampling* dimana peneliti mengambil sampel dengan menetapkan kriteria-kriteria tertentu terlebih dahulu sesuai penelitiannya, sehingga hanya partisipan tertentu yang dapat menjadi sampel penelitian (Morling, 2018). Partisipan dalam penelitian ini memiliki kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi partisipan dalam penelitian ini adalah individu usia remaja yang berusia 13-19 tahun dan merupakan seorang penggemar musik K-Pop yang memiliki selebriti favorit. Sedangkan, kriteria eksklusinya adalah partisipan yang tidak menyelesaikan pengisian kuesioner (*drop out*).

Jumlah minimum partisipan yang diperlukan dalam penelitian ini diprediksi menggunakan bantuan program *G.Power* 3.1. Untuk memperoleh kekuatan korelasi yang mengacu pada penelitian terdahulu yaitu sebesar  $r=0.34$ , dengan  $\alpha$  sebesar 0.05, dan  $power$  sebesar 0.8, maka jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 65. Realisasi total partisipan penelitian yang berkonteks di Indonesia ini berjumlah 702 partisipan ( $M_{usia}=17,2$ ;  $SD_{usia}= 1,63$ ; 94% perempuan).

### *Pengukuran*

Terdapat dua instrumen yang diadministrasikan untuk mengukur tingkat *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis dalam penelitian ini, yang pertama adalah 19 item *Celebrity Attitude Scale* (CAS) dengan 5 poin skala *likert* (1=sangat tidak setuju; 5=sangat setuju) milik Maltby yang telah diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia (Malahayati, 2018). Instrumen yang kedua adalah 32 item *psychological well-being scale* dengan 6 poin skala *likert* (1=sangat tidak setuju; 6=sangat setuju) milik C. Ryff yang telah diadaptasikan ke dalam Bahasa Indonesia (Rachmayani & Ramdhani, 2014). Peneliti menyempurnakan kalimat dan mengganti beberapa diksi kedua skala tersebut berdasarkan tingkat



relevansi, derajat keterwakilan, dan kejelasannya sebagai bentuk kontribusi peneliti dalam penyusunan skala penelitian ini.

Sebelum diadministrasikan, validitas isi kedua instrumen diuji dengan bantuan dua orang *professional judgement* yang merupakan dosen Fakultas Psikologi Universitas Airlangga. Mengenai uji reliabilitas, diperoleh skor reliabilitas yang tergolong tinggi pada alat ukur *celebrity attitude scale* ( $\alpha=0.873$ ) dan *psychological well-being scale* ( $\alpha=0.914$ ).

Skor total kedua instrumen dihitung dengan cara menjumlahkan seluruh skor yang diperoleh dari masing-masing item. Skor total yang telah didapat kemudian digunakan untuk melakukan penormaan dan uji asumsi parametrik. Sesuai dengan hasil uji asumsi yang telah dilakukan, hasil menunjukkan bahwa distribusi data tergolong normal dan linear. Maka dari itu, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis parametrik korelasi *Pearson*.

#### *Analisis Data*

Untuk melakukan penormaan dengan pendekatan statistik hipotetik, data penelitian digolongkan ke dalam tiga kategori yang didasarkan pada acuan kedua alat ukur, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Untuk menguji hipotesis ada tidaknya hubungan negatif antara *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis, teknik analisis korelasi *Pearson* digunakan mengingat data telah lolos uji asumsi parametrik. Seluruh data penelitian dianalisis menggunakan bantuan *software Jamovi* versi 1.1.9 for Windows.

### HASIL PENELITIAN

Berdasarkan uji analisis deskriptif, nilai rata-rata variabel *celebrity worship* adalah sebesar 64,9 ( $SD=11,3$ ;  $Min=29$ ;  $Max=95$ ), sedangkan, nilai rata-rata pada variabel kesejahteraan psikologis adalah sebesar 106 ( $SD=20,6$ ;  $Min=47$ ;  $Max=172$ ). Dalam penelitian ini, penulis menggolongkan partisipan ke dalam tiga tingkat yang didasarkan pada penormaan data dengan pendekatan statistik hipotetik. Hasilnya menunjukkan bahwa bahwa penelitian ini didominasi oleh partisipan dengan tingkat *celebrity worship* yang sedang berjumlah 444 orang (63,2%), diikuti dengan partisipan dengan tingkat *celebrity worship* yang tinggi sebanyak 230 orang (32,8%), dan partisipan dengan tingkat *celebrity worship* yang rendah berjumlah 28 orang (4%). Selain itu, penelitian ini didominasi oleh partisipan dengan tingkat kesejahteraan psikologis yang sedang berjumlah 558 orang (79,5%), diikuti dengan partisipan dengan tingkat kesejahteraan psikologis yang rendah sebanyak 100 orang (14,2%), dan sisanya adalah partisipan dengan tingkat kesejahteraan psikologis yang tinggi berjumlah 44 orang (6,3%).

Untuk pengujian hipotesis, penulis melakukan uji korelasi *Pearson Product Moment* mengingat data dalam penelitian ini telah lolos uji asumsi. Dari hasil uji asumsi tersebut, ditemukan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis dengan kekuatan hubungan yang cukup ( $r(702)=-0,344$ ;  $p<0,001$ ). Penulis juga melakukan uji korelasi antara masing-masing dimensi variabel *celebrity worship* dengan variabel kesejahteraan psikologis. Ditemukan bahwa variabel kesejahteraan psikologis berkorelasi dengan dimensi *entertainment-social* ( $r(702)=-0,276$ ;  $p<0,001$ ), *intense-personal* ( $r(702)=-0,321$ ;  $p<0,001$ ), dan *borderline-pathological* ( $r(702)=-0,267$ ;  $p<0,001$ ). Ketiga dimensi variabel *celebrity worship* tersebut memiliki hubungan negatif dengan variabel kesejahteraan psikologis. Kekuatan korelasi yang ditemukan tergolong lemah, kecuali pada dimensi *intense-personal*, dimana kekuatan korelasinya dengan kesejahteraan psikologis tergolong sedang.

## DISKUSI

Hasil analisis penelitian yang menguji arah hubungan antara *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis pada sampel remaja penggemar K-Pop menemukan bahwa terdapat hubungan berarah negatif yang signifikan dengan kekuatan cukup antara kedua variabel tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *celebrity worship*, kesejahteraan psikologis individu justru semakin menurun, dan begitupun sebaliknya. Perlu ditekankan bahwa kesimpulan mengenai hubungan kausalitas antar variabel tidak dapat dipastikan dalam penelitian korelasional ini, mengingat desain penelitian yang digunakan masih tergolong ke dalam penelitian *cross-sectional*.

Ditemukannya hubungan negatif dalam penelitian ini bertolak belakang dengan sebuah studi yang menemukan bahwa hubungan positif antara *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis pada penggemar K-Pop (Azzahra & Ariana, 2021). Aktivitas pengidolaan dapat menjadi alternatif yang sangat digandrungi banyak remaja, mengingat berbagai potensi komunitas yang dilahirkan dari aktivitas ini mampu memfasilitasi interaksi sosial, salah satu hal substansial dalam pembentukan identitas individu (Williams, 2016). Namun, masa remaja yang menjadi fokus dalam penelitian ini dicirikan dengan hadirnya dorongan untuk melakukan eksplorasi dan eksperimentasi berbagai peran dan identitas (Santrock, 2011). Pengidolaan terhadap selebriti dapat dipahami sebagai salah satu upaya remaja dalam melakukan eksplorasi dan pembentukan identitasnya yang belum tuntas. Adanya defisit identitas dalam diri remaja inilah yang dinilai sebagai alasan, atau bahkan dampak dari keterlibatan remaja dalam melakukan aktivitas pengidolaan ini.

Aktivitas pengidolaan dinilai cenderung mengarahkan remaja pada pencapaian identitas yang buruk karena dapat mengasingkan remaja dari kesadaran tentang diri maupun kesadaran kolektif (Cheung & Yue, 2003). Selain itu, masa remaja juga ditandai dengan perubahan-perubahan drastis aspek biologis yang cenderung meningkatkan *concern* mengenai citra tubuh. Pengidolaan terhadap selebriti dan representasi media berperan penting dalam pembentukan keyakinan remaja mengenai berbagai hal, termasuk citra tubuh ideal (Maltby dkk., 2005). Hal ini tak jarang memicu isu-isu penerimaan diri mengenai citra tubuh pada remaja, yang berpotensi mempengaruhi kualitas kesejahteraan psikologis remaja secara umum.

Secara garis besar, hasil penelitian ini sejalan dengan mayoritas studi terdahulu mengenai *celebrity worship* dan korelasinya dengan penurunan kesejahteraan psikologis. Beberapa diantaranya adalah penelitian milik Reyes yang secara konsisten menemukan asosiasi negatif berkekuatan lemah antara *celebrity worship* dan kesejahteraan mental (Reyes dkk., 2016). Ada pula studi lain yang menemukan bukti adanya hubungan berarah negatif walaupun lemah antara *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis (Zsila dkk., 2021). Pada konteks K-Pop, studi yang dilakukan oleh Eliani menunjukkan bahwa penggemar K-Pop memiliki kecenderungan fanatisme yang tinggi, dimana fanatisme ini berasosiasi positif dengan agresi verbal. Perilaku agresi sendiri bertentangan dengan *positive relation with others*, salah satu dimensi dalam kesejahteraan psikologis yang menekankan empati, afek positif, kepercayaan interpersonal, dan terjalinnya relasi yang hangat dengan orang lain (Eliani dkk., 2018).

Hasil penelitian ini semakin menguatkan teori *the absorption-addiction* yang menjelaskan bahwa hubungan parasosial yang terbentuk dan upaya absorpsi secara psikologis pada selebriti favorit dilakukan individu untuk melarikan diri dari realita, memenuhi defisit dalam dirinya, dan membentuk identitasnya yang belum utuh. Beberapa individu meningkatkan toleransi perilaku untuk memuaskan kebutuhan akan absorpsi tersebut, lalu mereka menjadi terlibat pada perilaku yang lebih ekstrem, yang mana mirip dengan mekanisme toleransi perilaku pada perilaku adiksi (McCutcheon dkk., 2002).

Penelitian ini juga mengkonfirmasi teori *empty self*, yang menggambarkan tentang kondisi tak sehat dalam diri ketika terus mengejar gratifikasi eksternal dalam rangka mengkompensasi defisiensi internal dalam diri (Reeves dkk., 2012). Pemujaan terhadap selebriti adalah salah satu gratifikasi eksternal yang dicari dan dilanggengkan dalam konteks K-Pop, yang secara tak langsung mempromosikan nilai-nilai konsumerisme. Nilai-nilai ini direfleksikan dengan maraknya aktivitas-aktivitas yang diklaim sebagai bentuk dukungan terhadap idola, seperti pembelian *photocard*, *lightstick*, dan tiket konser secara kompulsif, atau hal-hal yang berkaitan dengan selebriti favorit lainnya.

Karakteristik idola juga mungkin dapat menjelaskan hubungan antara kedua variabel dalam penelitian ini. Setiap idola yang dijadikan objek *celebrity worship* mempresentasikan dan membawa citra, ciri khas, nilai-nilai, serta pesan tersendiri bagi audiensnya. Sebagaimana yang telah dipaparkan, pada konteks K-Pop sendiri, tak jarang para idola menggaungkan nilai-nilai citra tubuh ideal, materialisme, dan konsumerisme lewat karya-karyanya secara implisit. Padahal, idola yang kerap dijadikan *role model* bagi remaja memiliki peran penting dalam proses pembentukan identitas, mengingat remaja cenderung menginternalisasi nilai-nilai dan pesan yang dibawa oleh panutannya (Cheung & Yue, 2003).

Analisis korelasi antara tiga dimensi dari *celebrity worship* dengan kesejahteraan psikologis menemukan bahwa ketiga-tiganya berkorelasi negatif dengan kesejahteraan psikologis, walaupun dengan derajat korelasi yang lemah. Ditemukannya korelasi negatif antara dimensi *entertainment-social* dan kesejahteraan psikologis juga dapat dijelaskan melalui mekanisme *fandom*. Aktivitas bersosialisasi dan berjejaring dengan sesama penggemar yang merupakan salah satu ciri dari dimensi *entertainment-social* ini melahirkan suatu komunitas penggemar K-Pop yang akrab dikenal dengan istilah *fandom*. Ketika bergabung dalam suatu *fandom*, individu mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari kelompok tersebut. Pada konteks ini, aktivitas pengidolaan cenderung lebih intens dan mendalam dikarenakan adanya pembentukan pengalaman dan identitas kolektif, yang cenderung memunculkan perilaku agresif terhadap orang-orang di luar kelompoknya (Eliani dkk., 2018). Bahkan, fenomena *fandom* ini tak jarang melahirkan kompetisi antar *fandom* yang problematik dan obsesif.

Berikutnya, korelasi berarah negatif antara dimensi *intense-personal* dan kesejahteraan psikologis yang ditemukan dalam penelitian ini juga didukung oleh studi terdahulu yang menyatakan bahwa dimensi *intense-personal* berasosiasi dengan tingginya skor depresi dan kecemasan (Maltby dkk., 2001). Dimensi ini juga berkorelasi dengan citra tubuh, yang mana tingginya skor pada dimensi ini berpotensi menghadirkan isu-isu penerimaan diri mengenai citra tubuh individu (Maltby dkk., 2005). Padahal, penerimaan diri merupakan salah satu aspek penting dalam kesejahteraan psikologis.

Terakhir, ditemukannya korelasi negatif antara dimensi *borderline-pathological* dan kesejahteraan psikologis juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa dimensi ini berasosiasi negatif dengan *cognitive flexibility* (Martin, 2003 dalam Brooks, 2021). Skor yang tinggi pada dimensi ini mengindikasikan rendahnya tingkat fleksibilitas kognitif individu. Padahal, rendahnya fleksibilitas kognitif bertentangan dengan dimensi *personal growth*, salah satu dimensi dalam variabel kesejahteraan psikologis yang menekankan sikap keterbukaan terhadap berbagai pengalaman dan pengembangan diri yang berkelanjutan. Dimensi yang berpotensi merefleksikan kasus-kasus klinis ini juga ditemukan berkorelasi positif dengan kecenderungan obsesif-kompulsif, perilaku menguntit, faktor kepribadian psikotisme milik Eysenck, batasan interpersonal yang buruk, serta variabel lain yang juga berasosiasi dengan kesejahteraan psikologis yang buruk (Brooks, 2021; Maltby dkk., 2001, 2004).



### SIMPULAN

Penelitian ini tidak hanya menemukan hubungan negatif berkekuatan cukup antara *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis pada remaja penggemar K-Pop, namun juga menemukan bahwa tiap dimensi dari *celebrity worship* berkorelasi negatif dengan kesejahteraan psikologis. Kekuatan korelasi yang ditemukan tergolong lemah, kecuali pada dimensi *Intense-personal*, dimana kekuatan korelasinya dengan kesejahteraan psikologis tergolong sedang.

Penelitian berikutnya disarankan untuk menggunakan desain penelitian yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan mengenai hubungan kausalitas antara *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis. Saran untuk para remaja penggemar K-Pop, diharapkan dapat lebih memahami potensi negatif dari aktivitas *celebrity worship*, serta menjadikan hasil penelitian ini sebagai sarana evaluasi mengenai aktivitas pengidolaan yang telah dilakukan selama ini. Selain itu, para remaja disarankan untuk mengeksplorasi peran, aktivitas, ataupun kegemaran lain yang lebih produktif sebagai alternatif di luar *celebrity worship* guna membentuk identitas diri. Saran terakhir, kepada keluarga dan masyarakat sekitar diharapkan untuk menghargai otonomi remaja dengan cara mendukung aktivitas eksplorasinya dalam berbagai hal, namun tetap melakukan pengawasan dan menjaga kepekaan.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis sangat berterima kasih kepada para partisipan, sivitas akademika Universitas Airlangga, dan seluruh pihak yang telah terlibat dan memberikan dukungan demi terlaksananya penelitian ini.

### DEKLARASI POTENSI TERJADINYA KONFLIK KEPENTINGAN

Dita Nabila Fauziah dan Achmad Chusairi tidak bekerja, menjadi konsultan, memiliki saham, atau menerima dana dari perusahaan atau organisasi manapun yang mungkin akan mengambil untung dari diterbitkannya naskah ini.

### PUSTAKA ACUAN

- Ashe, D. D., Maltby, J., & McCutcheon. (2005). Are celebrity-worshippers more prone to narcissism? A brief report. *North American Journal of Psychology*, 7(2), 239–246.
- Azzahra, M. S., & Ariana, A. D. (2021). Psychological Wellbeing Penggemar K-Pop Dewasa Awal yang Melakukan Celebrity Worship. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(1), 137. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v1i1.24729>
- Brooks, S. K. (2021). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*, 40(2), 864–886. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9978-4>
- Cheung, C., & Yue, X. D. (2003). Identity Achievement and Idol Worship among Teenagers in Hong Kong. *International Journal of Adolescence and Youth*, 11(1), 1–26. <https://doi.org/10.1080/02673843.2003.9747914>

- Chia, S. C., & Poo, Y. L. (2009). Media, celebrities, and fans: An examination of adolescents' media usage and involvement with entertainment celebrities. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(1), 23–44. <https://doi.org/10.1177/107769900908600103>
- Dam-young, H. (2017, Desember 21). Indonesian fan attempts suicide following Jonghyun's death. *The Korea Herald*. <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20171221000714>
- Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 59. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v3i1.2442>
- Fava, G. A. (2012). The clinical role of psychological well-being. *World Psychiatry*, 11(2), 102–103. <https://doi.org/10.1016/j.wpsyc.2012.05.018>
- Floretta, J. (2021, November). Bagaimana Idola K-Pop Menyelamatkan Hidup Saya. *Magdalene*. <https://magdalene.co/story/bagaimana-idola-kpop-menyelamatkan-hidup-saya>
- Jang, G., & Paik, W. K. (2012). Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy. *Advances in Applied Sociology*, 02(03), 196–202. <https://doi.org/10.4236/aasoci.2012.23026>
- Kim, Y. J. (2021, Juli 30). K-pop kembali cetak rekor dengan 7,5 milyar tweet. *Twitter Blog*. [https://blog.twitter.com/in\\_id/topics/insights/2021/kpop-kembali-cetak-rekor-dengan-7-5-milyar-tweet](https://blog.twitter.com/in_id/topics/insights/2021/kpop-kembali-cetak-rekor-dengan-7-5-milyar-tweet)
- Malahayati, S. (2018). *Hubungan Antara kesepian dan celebrity worship pada Penggemar K-pop dewasa awal*. [Skripsi, Universitas Airlangga]. <https://repository.unair.ac.id/76907/>
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, 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(4), 411–428. <https://doi.org/10.1348/0007126042369794>
- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British Journal of Health Psychology*, 10(1), 17–32. <https://doi.org/10.1348/135910704X15257>
- Maltby, J., Houran, J., & Mccutcheon. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29. <https://doi.org/10.1097/00005053-200301000-00005>
- Maltby, J., McCutcheon, Ashe, D. D., & Houran, J. (2001). The self-reported psychological well-being of celebrity worshippers. *North American Journal of Psychology*, 3(3), 441–452.
- McCutcheon, & Aruguete, M. S. (2021). Is celebrity worship increasing over time? *Journal of Studies in Social Sciences and Humanities*, 7(1), 66–75.
- McCutcheon, Gillen, M. M., Browne, B. L., Murtagh, M. P., & Collisson, B. (2016). Intimate relationships and attitudes toward celebrities. *Interpersona: An International Journal on Personal Relationships*, 10(1), 77–89. <https://doi.org/10.5964/ijpr.v10i1.208>
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, 93(1), 67–87. <https://doi.org/10.1348/000712602162454>

- Morling, B. (2018). *Research Methods in Psychology* (3 ed.). W.W. Norton & Company, Inc.
- Nurani, N., Kusumadewi, A., & Dewi, S. K. (2017, Januari 6). Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan Bumbu Remaja. *KumparanK-Pop*. <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja/full>
- Nurul, A. S. (2020). *Kualitas Kehidupan Remaja yang Menjadi Celebrity Worship Korean Pop*. [Skripsi, Universitas Tarumanagara]. <http://repository.untar.ac.id/12565/>
- Rachmayani, D., & Ramdhani, N. (2014). Adaptasi Bahasa dan Budaya Skala Psychological Well-being. *Seminar Nasional Psikometri*.
- Reeves, R. A., Baker, G. A., & Truluck, C. S. (2012). Celebrity Worship, Materialism, Compulsive Buying, and the Empty Self: CELEBRITY WORSHIP AND THE EMPTY SELF. *Psychology & Marketing*, 29(9), 674–679. <https://doi.org/10.1002/mar.20553>
- Reyes, M. E., Santiago, A. G., Domingo, A. J., Lichingyao, E. N., Onglengco, M. N., & McCutcheon. (2016). Fandom: Exploring the relationship between mental health and celebrity worship among Filipinos. *North American Journal of Psychology*, 18(2), 307–316.
- Santrock, J. W. (2011). *Life Span Development* (13 ed.). The McGraw-Hill Companies.
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Celebrity worship, addiction and criminality. *Psychology, Crime & Law*, 13(6), 559–571. <https://doi.org/10.1080/10683160601160653>
- Suzuki, S. (2019, Desember 9). K-pop deaths spark fear of copycat suicides in South Korea. *Nikkei Asia*. <https://asia.nikkei.com/Spotlight/Comment/K-pop-deaths-spark-fear-of-copycat-suicides-in-South-Korea>
- Triadanti. (2020, Oktober). Jangan Remehkan Avatar KPop, 11 Fans Berprestasi Ini Buktinya. *IDN Times*. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/amp/danti/jangan-remehkan-avatar-kpop-11-fans-berprestasi-ini-buktinya>
- Vally, Z., Moussa, D., Khalil, E., Al Fahel, A., Al Azry, N., & Jafar, N. (2021). Celebrity worship in the United Arab Emirates: An examination of its association with problematic internet use, maladaptive daydreaming, and desire for fame. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 124–134. <https://doi.org/10.1037/ppm0000276>
- Vazquez, C., Hervas, G., Rahona, J. J., & Gomez, D. (2009). Psychological well-being and health: Contributions of positive psychology. *Annuary of Clinical and Health Psychology*, 5, 15–27.
- Williams, J. P. (2016). Negotiating Fan Identities in K-Pop Music Culture. Dalam C. J. Schneider & J. A. Kotarba (Ed.), *Studies in Symbolic Interaction* (Vol. 47, hlm. 81–96). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S0163-239620160000047015>
- Winefield, H. R., Gill, T. K., Taylor, A. W., & Pilkington, R. M. (2012). Psychological well-being and psychological distress: Is it necessary to measure both? *Psychology of Well-Being: Theory, Research and Practice*, 2(1), 3. <https://doi.org/10.1186/2211-1522-2-3>
- Zsila, Á., McCutcheon, & Demetrovics, Z. (2018). The association of celebrity worship with problematic Internet use, maladaptive daydreaming, and desire for fame. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(3), 654–664. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.76>

- Zsila, Á., Orosz, G., McCutcheon, & Demetrovics, Z. (2020). A lethal imitation game? Exploring links among psychoactive substance use, self-harming behaviors and celebrity worship. *Addictive Behaviors Reports, 12*, 100319. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100319>
- Zsila, Á., Orosz, G., McCutcheon, & Demetrovics, Z. (2021). Individual Differences in the Association Between Celebrity Worship and Subjective Well-Being: The Moderating Role of Gender and Age. *Frontiers in Psychology, 12*, 651067. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.651067>