

## ***Celebrity Worship* pada Penggemar K-pop Berdasarkan Demografi**

### ***The Celebrity Worship On K-pop Fans Based On Demography***

Priska Barrang\*, Arie G. H. Zubair, Musawwir  
Fakultas Psikologi Universitas Bosowa  
Email: [priskabarrangpcy@gmail.com](mailto:priskabarrangpcy@gmail.com)

#### **Abstrak**

*Celebrity worship* ialah perilaku berlebihan yang dilakukan penggemar terhadap selebriti yang idolakan, dimana penggemar terlalu melibatkan dirinya dalam setiap kehidupan idola yang dipengaruhi oleh kebiasaan penggemar dalam mempelajari tentang kehidupan selebriti idolanya seperti mencari, membaca, ataupun mendengar tentang informasi yang memiliki hubungan dengan idolanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan *celebrity worship* pada penggemar K-pop berdasarkan demografi (jenis kelamin, usia, pendidikan). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan 428 responden. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikan sebesar 0.332 *celebrity worship* penggemar K-pop berdasarkan jenis kelamin, sebesar 0.006 *celebrity worship* penggemar K-pop berdasarkan usia, sebesar 0.649 *celebrity worship* penggemar K-pop berdasarkan pendidikan. Dengan demikian, hasil penelitian di peroleh bahwa tidak ada perbedaan *celebrity worship* penggemar K-pop berdasarkan jenis kelamin dan pendidikan, dan ada perbedaan *celebrity worship* penggemar K-pop berdasarkan usia.

**Kata Kunci:** *Celebrity Worship*, Demografi, Penggemar K-pop.

#### **Abstract**

Celebrity worship is excessive behavior by fans towards their idolized celebrity, where fans are too involved in every idol's life which is influenced by fans' habits in learning about the life of their idol celebrity, such as searching, reading, or hearing about information related to their idol. This study aims to determine differences in celebrity worship among K-pop fans based on demographics (gender, age, education). This study uses a quantitative approach with 428 respondents. The results showed a significant value of 0.332 celebrity worship K-pop fans based on gender, 0.006 celebrity worship K-pop fans based on age, 0.649 celebrity worship K-pop fans based on education. Thus, the results of the study found that there were no differences in celebrity worship of K-pop fans based on gender and education, and there were differences in celebrity worship of K-pop fans based on age.

**Keywords:** Celebrity Worship, Demography, K-pop Fans.

#### **PENDAHULUAN**

Salah satu idola yang berasal dari kalangan selebriti yang saat ini sedang digemari banyak orang adalah idola K-Pop atau Korean Pop. Korean Pop merupakan jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Fenomena K-pop telah menjadi budaya yang sangat populer di seluruh dunia, salah satunya di Asia Timur termasuk Indonesia. Penggemar K-pop di Indonesia sendiri terus meningkat, dimana hal ini menjadi penyebab pemicu adanya kemunculan *fanbase* penggemar K-pop di Indonesia. Grup K-pop mempunyai *fanbase* masing-masing, misalnya ARMY yang menjadi sebutan bagi penggemar BTS, NCTzen yang menjadi sebutan untuk penggemar NCT, dan EXO-L yang menjadi sebutan untuk penggemar EXO.

K-pop sangat populer atau banyak digemari pada kalangan anak-anak, remaja, maupun dewasa. Alasan K-pop banyak digemari karena mereka (idol K-pop) dapat menampilkan karya yang menarik dan menginspirasi banyak orang. K-pop tidak hanya digemari di Korea saja tetapi juga di Indonesia sendiri. K-pop sangat populer karena paras idol yang cantik, ganteng, dan ada juga idol K-pop yang menyenangkan. Individu yang menyukai selebriti secara berlebihan dan terlalu terlibat dalam

kehidupan selebriti yang disukainya akan mengakibatkan individu tersebut menjadi terobsesi dengan idolanya tersebut (Maltby, Hauron, dan McCutcheon, 2003). Perilaku obsesi penggemar terhadap idola biasanya disebut dengan *celebrity worship*.

*Celebrity worship* adalah suatu gangguan obsesif pada seseorang ketika terlalu melibatkan diri dalam setiap detail kehidupan dari selebriti yang diidolakannya tersebut. Semakin seseorang memuja, semakin seseorang kagum atau terlibat dengan selebriti tersebut maka keintiman atau kemesraan yang dikhayalkan oleh seseorang terdapat selebriti tersebut. Semakin tinggi serta semakin tinggi tingkat *celebrity worship* seseorang maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatannya dengan sang idola (Maltby, Giles, Barber, & McCutcheon, 2005).

Terdapat tiga aspek dalam *celebrity worship* yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological*. Aspek *entertainment-social* adalah tingkat terendah dalam *celebrity worship* dimana aspek ini menjadi dasar bagi penggemar untuk mencari berita terkait dengan selebriti yang diidolakan, aspek *intense-personal* adalah tingkat kedua dalam *celebrity worship* dimana aspek ini yang mencerminkan pikiran dan tindakan penggemar yang obsesif dan kompulsif terhadap selebriti yang diidolakan, dan aspek *borderline-pathological* adalah tingkatan paling tinggi dari hubungan keterlibatan antara penggemar dengan selebriti yang diidolakan dimana aspek ini menunjukkan sikap untuk melakukan apapun demi selebriti selebriti idolanya, lebih jauh lagi pada aspek *borderline-pathological* dimana penggemar akan berkhayal memiliki hubungan dekat dengan idolanya (Maltby, Giles, dkk., 2005).

Perilaku-perilaku *celebrity worship* yang sering ditemui pada penggemar adalah memiliki fantasi yang berlebihan terhadap idola seperti menganggap idolanya sebagai pacar atau pasangan hidup. Selain itu, penggemar juga seakan-akan merasa memiliki hubungan dekat atau memiliki ikatan khusus dengan sang idola misalnya jika idola sedih maka penggemar seakan-akan ikut merasakan kesedihan yang dialami oleh idolanya. Perilaku lain yang biasa muncul pada penggemar adalah penggemar akan marah jika ada yang mengganggu atau menghina sang idola tersebut, penggemar akan berusaha mencari berita-berita terbaru dari sang idola misalnya berita tentang jadwal-jadwal atau kegiatan-kegiatan yang akan diikuti oleh sang idola seperti konser, syuting, *comeback* lagu, film atau drama yang diperankan (Maltby dkk, 2003).

Ada beberapa kasus tentang penggemar K-pop yang dimuat dalam pemberitaan-pemberitaan. Dilansir dari Kompas.tv (2020), seorang perempuan remaja berusia 15 tahun bernama Melisa yang merupakan penggemar BTS mengakhiri hidupnya dengan bunuh diri karena bermasalah dengan ayahnya sendiri. Diketahui bahwa Melisa mengatakan bahwa jika ia tidak dapat hidup dengan umur panjang karena perlakuan dari sang ayah yang tidak suka melihat Melisa menikmati musik Korea atau BTS. Kasus tentang *celebrity worship* tidak hanya kejadian di luar negeri tetapi juga ada di Indonesia yaitu pada tahun 2017 ada dua penggemar dari boyband Korea SHINee yang berasal dari Indonesia melakukan percobaan bunuh diri setelah kepergian salah satu member SHINee yaitu Jonghyun (Tribunnews.com, 2017).

Berdasarkan dari fenomena dan kasus-kasus yang telah dipaparkan terlihat bahwa menyukai selebriti secara berlebihan memberikan dampak pada diri sendiri bahkan pada selebriti yang disukainya sekalipun. Meskipun demikian, masih banyak orang yang menyukai selebriti secara berlebihan sampai melakukan *celebrity worship*. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi *celebrity worship*, salah satunya adalah faktor demografi. Faktor demografi yang mempengaruhi *celebrity worship* ialah jenis kelamin, usia, pendidikan.

Faktor demografi pertama yaitu jenis kelamin. Perempuan lebih cenderung lebih memilih selebriti/idol laki-laki sebagai idolanya begitupun sebaliknya laki-laki lebih cenderung memilih selebriti perempuan sebagai idolanya, tetapi *celebrity worship* perempuan lebih tinggi daripada laki-laki (McCutcheon, 2004). Menurut Raviv, Bar-tal dan Ben-horin (1996) mengatakan bahwa alasan perempuan memiliki ketertarikan dengan idolanya adalah untuk memenuhi fantasi mengenai hubungan romantis yang ideal.

Faktor demografi kedua yaitu usia. *Celebrity worship* akan menurun ketika seseorang memasuki usia dewasa (usia 17 tahun keatas). Pada usia tersebut, ketertarikan terhadap lawan jenis untuk membuat hubungan yang romantis atau memiliki pacar terjadi, tetapi ada beberapa orang yang memilih tidak memiliki hubungan romantis di dunia nyata dan lebih memilih untuk menyukai seorang selebriti (McCutcheon, 2004). Tetapi pada kenyataannya masih banyak orang dewasa yang melakukan *celebrity worship*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Lestari, Zaharuddin dan Afifah (2021) yang menunjukkan bahwa gambaran *celebrity worship* ketiga subjek yang menampilkan bentuk-bentuk

obsesi kecintaan terhadap idola K-pop yang disukai dimana dalam penelitian tersebut subjek yang digunakan adalah perempuan dewasa awal.

Faktor demografi ketiga yaitu tingkat pendidikan. *Celebrity Worship* biasanya dilakukan oleh individu-individu dengan tingkat intelegensi yang rendah (McCutcheon, 2004). Penelitian Arundati, Vania, & Arisanti (2019) menunjukkan bahwa rata-rata pendidikan penggemar EXO di Bandung sama rata. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maulida, Viridanda, Nisa dan Sari (2021) terhadap 300 anggota yang tergabung di komunitas BTS ARMY dan EXO-L menunjukkan bahwa penggemar K-pop yang tergabung dalam komunitas tersebut adalah kebanyakan mahasiswa, dimana terdapat 124 responden mahasiswa (41.3%) dan terdapat 102 responden pelajar (34%). Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa tiga dari lima responden adalah seorang mahasiswa dan dua dari lima responden adalah seorang pelajar SMA.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka dapat diketahui bahwa semakin banyak orang yang menunjukkan perilaku *celebrity worship* dimana seseorang tersebut berlebihan dalam mengagumi idolanya seperti mencari informasi idola selama berjam-jam, menganggap idola sebagai pasangan atau jodoh. Perilaku tersebut muncul dikarenakan adanya pengaruh beberapa faktor, salah satunya faktor yang mempengaruhi *celebrity worship* yaitu faktor demografi. Faktor demografi tersebut adalah jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Dengan demikian, peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “*Celebrity Worship Pada Penggemar K-pop Berdasarkan Demografi*”.

### **Celebrity Worship**

Maltby, Giles, Barber, McCutcheon (2005) mengatakan bahwa *celebrity worship* adalah suatu gangguan obsesif pada seseorang ketika terlalu melibatkan di dalam setiap detail kehidupan dari selebriti yang diidolaknya tersebut. Semakin seseorang memuja, semakin seseorang kagum atau terlibat dengan selebriti tersebut maka keintiman atau kemesraan yang dikhayalkan oleh seseorang terdapat selebriti tersebut semakin tinggi serta semakin tinggi tingkat *celebrity worship* seseorang maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatannya dengan sang idola. Maltby, Hauron, & McCutcheon (2003) mengatakan bahwa *celebrity worship* adalah suatu perilaku obsesi seseorang yang terlalu terlibat di setiap kehidupan selebriti sehingga terbawa di dalam kehidupan sehari-hari seseorang itu sendiri. *Celebrity worship* dipengaruhi oleh kebiasaan seseorang dalam melihat idolanya, mendengar dan membaca tentang hal-hal yang berkaitan dengan sang idola, dan mempelajari tentang kehidupan selebriti secara berlebihan sehingga menimbulkan sifat empati, obsesi dan asosiasi yang menyebabkan konformitas.

Liu (2013) mengatakan bahwa *celebrity worship* adalah bentuk kekaguman serta rasa suka penggemar kepada selebriti yang disukai seperti penyanyi, aktor, atlet, seniman, politisi, pengusaha, ilmuwan yang ditunjukkan secara ideal. Penggemar menyukai selebriti tersebut karena mempunyai karisma, penampilan fisik, kekayaan, prestasi pribadi, dan pengaruh sosial selebriti tersebut. Lynn, Lange, dan Houran (2002) mengatakan bahwa *celebrity worship* adalah suatu kondisi dimana seseorang untuk terobsesi dengan selebriti dan juga tertarik dengan kehidupan pribadi selebriti tersebut. Seseorang yang memuja selebriti menganggap seolah-olah mereka memiliki wawasan yang khusus tentang masalah yang berkaitan dengan selebriti favorit mereka.

### **Penggemar K-pop**

Penggemar K-pop selalu menjadi hal yang menarik untuk dibahas karena keunikan yang dimiliki. Sebagai penggemar K-pop dikenal sebagai penggemar sejati karena saat idola mereka memilih grup atau bias untuk diidolakan, penggemar K-pop akan tetap setia dengan pilihannya tersebut sampai kapanpun, tetapi ada juga penggemar yang memiliki banyak idola yang disukainya atau yang diidolaknya.

Netizen Korea membagi jenis penggemar K-pop dalam enam tipe antara lain tipe piramida yang merupakan tipe yang memiliki daftar bias yang sama, tipe trapesium tidak berbeda jauh dengan tipe sebelumnya dimana pada tipe ini penggemar memiliki banyak bias atau idola favorit, tipe tanduk adalah tipe penggemar yang memiliki biasa satu-satunya dan tidak akan pernah tergantikan. Tipe antena adalah tipe penggemar yang memiliki bias satu-satunya yang menjadi prioritas utama penggemar. Tipe bulat adalah tipe dimana penggemar hanya memiliki satu grup yang disukai dan tidak tertarik dengan grup idol lainnya. Adapun tipe cairan dimana pada tipe ini penggemar menyukai setiap grup dan setiap member serta setiap lagu (Siti, 2023).

Penggemar K-pop atau juga sering disebut sebagai K-popers adalah istilah yang digunakan untuk orang yang tergila-gila dengan kebudayaan Korea. Sebagian besar orang ketika mendengar kata K-

popers mungkin akan berfikir bahwa mereka adalah orang-orang yang memiliki kefanatikan terhadap idol-idol korea baik dengan budayanya maupun drama-dramanya. K-popers sering dipandang sebelah mata oleh kebanyakan orang seperti di lingkungan sekitar dan juga pada media sosial. K-popers banyak yang menjadi korban labelling bahwa ada beberapa orang yang beranggapan bahwa K-popers adalah orang yang tidak mencintai Negara sendiri dan hanya membuat waktu saja. Namun, persepsi-persepsi orang kepada K-popers tersebut tidak sepenuhnya benar (Putri & Muzakir, 2022).

## METODE PENELITIAN

### Responden

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah seseorang yang menggemari selebriti korea atau penggemar Korean Pop. Jumlah sampel dalam penelitian adalah 428 penggemar K-pop. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan pendekatan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, dimana kita mengambil sampel berdasarkan kriteria..

### Instrumen penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan alat ukur Skala *Celebrity Worship* yang telah di kontruksi oleh Ceneca (2019) yang memiliki nilai reliabilitas sebesar 0.990. Setelah itu peneliti melakukan validitas konstruk melalui analisis CFA dengan hasil didapatkan hasil bahwa jumlah item valid pada skala *celebrity worship* yakni ada 26 item valid dan ada 1 item yang gugur.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis deskriptif, uji asumsi, dan uji hipotesis. Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk melihat *celebrity worship* pada penggemar K-pop berdasarkan demografi. Uji asumsi yang dilakukan yaitu uji normalitas (menggunakan *Kolmogorov smimov* dimana data dikatakan normal jika nilai  $p > 0.05$ ) dan uji homogenitas (menggunakan *Levene Test* dimana data akan dikatakan homogen jika nilai signifikansi yang didapatkan  $> 0.05$ ). Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji *Independent t-test* dengan bantuan aplikasi SPSS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa tidak terdapat perbedaan *celebrity worship* berdasarkan jenis kelamin pada penggemar K-pop. Setelah dilakukan uji hipotesis menggunakan teknik analisis *independent t-test* diperoleh bahwa nilai mean *celebrity worship* pada jenis kelamin perempuan sebesar 86.60 dan pada jenis kelamin laki-laki sebesar 84.84. Perbedaan mean antara jenis kelamin perempuan dan jenis kelamin laki-laki tersebut memiliki nilai t sebesar 0.971 dengan nilai signifikansi 0.332. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikan 5% ( $p=0.332$  ;  $p>0.05$ ) yang berarti tidak ada perbedaan *celebrity worship* penggemar K-pop berdasarkan jenis kelamin. Berikut dapat dilihat hasilnya:

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan Jenis Kelamin

Celebrity Worship	Mean	T	Sig.	Ket.
Perempuan	86.60	0.971	0.440	Tidak Ada Perbedaan
Laki-Laki	84.84			

Berdasarkan tabel analisis uji hipotesis di bawah, diperoleh nilai mean sebesar 85.03 pada usia 18-21 tahun dan nilai mean sebesar 88.82 pada usia 22-25 tahun. Kemudian, usia 18-21 tahun dan usia 22-25 tahun tersebut memiliki nilai t sebesar -2.746 dengan nilai signifikansi sebesar 0.006. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf nilai signifikansi 5% ( $p=0.006$  ;  $p<0.05$ ). Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ada perbedaan *celebrity worship* pada penggemar K-pop berdasarkan usia.

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan Usia

Celebrity Worship	Mean	T	Sig.	Ket.
18-21 tahun	85.03	-2.746	0.006	Ada Perbedaan
22-25 tahun	88.82			

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, juga diperoleh nilai mean pada mahasiswa sebesar 86.19 dan nilai mean pada SMA sebesar 87.03. Kemudian dua kelompok tersebut memiliki nilai t sebesar -0.456 dengan nilai signifikansi sebesar 0.649. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 5% ( $p=0.649$  ;  $p>0.05$ ). Berdasarkan uji hipotesis tersebut menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan *celebrity worship* pada penggemar K-pop berdasarkan pendidikan.

*Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan Pendidikan*

<b>Celebrity Worship</b>	<b>Mean</b>	<b>T</b>	<b>Sig.</b>	<b>Ket.</b>
Mahasiswa	86.19	-0.456	0.695	Tidak Ada
SMA	87.03			Perbedaan

## **Pembahasan**

Berdasarkan temuan yang diperoleh di atas, hasilnya menjawab beberapa hal yang penting. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan *celebrity worship* penggemar K-pop berdasarkan jenis kelamin. Terdapat dua kelompok berdasarkan jenis kelamin yaitu jenis kelamin perempuan dan jenis kelamin laki-laki. Seperti yang kita ketahui di Indonesia, demam K-pop telah populer pada banyak anak muda, baik laki-laki maupun perempuan yang memiliki istilah panggilan masing-masing. Terdapat dua istilah panggilan penggemar yang dibedakan berdasarkan jenis kelamin yaitu *fangirl* dan *fanboy*. *Fangirl* merupakan panggilan untuk penggemar yang berjenis kelamin perempuan sedangkan *Fanboy* adalah panggilan untuk penggemar dengan jenis kelamin laki-laki.

Tidak ada perbedaan *celebrity worship* antara laki-laki dan perempuan, hal tersebut dapat dilihat dari koleksi barang-barang yang berkaitan dengan idola. Tidak hanya perempuan yang mengoleksi dan membeli barang-barang yang berkaitan dengan K-pop tetapi juga laki-laki. Barang-barang yang dikoleksi atau dibeli seperti album, kaos, tas, *lightstick*, poster, tiket konser dan *marcandise* lainnya. Tidak hanya itu, dalam hal menunjukkan kecintaannya terhadap sang idola baik penggemar laki-laki maupun perempuan akan mengikuti kegiatan-kegiatan yang ada seperti pertemuan rutin, aktif di media sosial, dan juga mengikuti lomba tentang K-pop seperti *dance cover* dan lagu *cover* (Putri & Savira, 2021). Sejalan dengan salah satu aspek *celebrity worship* yaitu *entertainment social* yang ditandai dengan penggemar yang secara aktif mencari informasi tentang selebtri yang diidolakan tersebut (Maltby, Giles, Barber, & McCutcheon, 2005).

Terdapat dua kelompok berdasarkan usia yaitu usia 18-21 tahun dan usia 22-25 tahun dimana usia 22-25 tahun lebih tinggi *celebrity worship*-nya dibandingkan dengan usia 18-21 tahun. Menurut Papalia & Old (2001) mengatakan bahwa masa remaja adalah masa transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dan dewasa yang pada umumnya dimulai pada usia 12-20 tahun (Jahja, 2011). Sedangkan menurut Papalia, Old, dan Feldman (2008), pada masa dewasa berkisar antara usia 20-40 tahun dimana salah satu tugas dari perkembangan yang penting bagi dewasa awal ialah menjalin hubungan intim (Dwitanti, Tambunan, & Ningsi, 2015).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan *celebrity worship* pada penggemar K-pop antara usia 18-21 dan 22-25 dimana *celebrity worship* usia 22-25 tahun lebih tinggi. *Celebrity worship* dapat terjadi tidak terbatas pada kalangan remaja saja tetapi juga bisa di lihat dari latar belakang maupun pada generasi yang berbeda-beda. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widjaja dan Madalina Ali, (2015) menunjukkan bahwa dewasa awal dengan usia 20-30 tahun yang berada di Jakarta masih banyak yang melakukan pemujaan idola. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Darfiyanti dan Putra (2012) menunjukkan bahwa perilaku pengidolaan yang terdiri dari modeling dan pemujaan masih terdapat pada dewasa awal dimana partisipan berada pada tingkatan *intense personal*. Menurut Maltby, Hauron, dan McCutcheon, (2003) *intense-personal* ditandai dengan ciri-ciri seperti empati yang tinggi antara penggemar terhadap idolanya, misalnya penggemar seakan-akan mampu merasakan apa yang dirasakan oleh idolanya tersebut dimana ketika sang idola sedih maka penggemar juga seakan-akan merasakan kesedihan tersebut. Selain empati ada juga imitasi, dimana penggemar akan berusaha meniru penampilan dari sang idola misalnya penggemar akan ikut mengubah gaya rambut agar terlihat seperti dengan gaya rambut idolanya.

Terdapat dua kelompok berdasarkan pendidikan yaitu Mahasiswa dan SMA. Seperti yang diketahui seorang mahasiswa merupakan civitas akademika yang diharapkan mampu untuk melakukan aktivitas atau kegiatan yang sesuai dengan Tridharma perguruan tinggi yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat berdasarkan UU No. 12 Pasal 1 ayat 9, tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. Sedangkan SMA (Sekolah Menengah Atas) menurut Kamus Besar Bahasa

Indonesia adalah sekolah umum setelah menengah pertama sebelum memasuki perguruan tinggi atau kuliah. K-pop sangat populer atau banyak digemari pada berbagai kalangan, tidak terkecuali para pelajar SMA dan Mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Sunarni (2016) mengatakan bahwa sebagian besar remaja SMA mempunyai *celebrity worship* sebagai hiburan sosial seperti penggemar tertarik untuk memperoleh informasi terbaru termasuk kehidupan pribadi dari selebriti, penggemar senang membicarakan selebriti idola sebagai wujud dari ketertarikan penggemar terhadap idola di kota Yogyakarta.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Munica (2021) terhadap 101 mahasiswa mengatakan bahwa pemujaan selebriti yang dilakukan oleh partisipan tersebut berada pada aspek *entertainment-social* (hiburan sosial). Menurut Maltby, dkk. (2005) mengatakan bahwa *entertainment-social* merupakan tingkat terendah dalam *celebrity worship*, aspek ini ditandai dengan penggemar yang secara aktif mencari informasi tentang selebriti yang diidolakan tersebut. Penggemar mencari informasi yang memiliki hubungan dengan selebriti yang disukai tersebut. Ketertarikan penggemar dengan selebriti yang disukai tersebut memiliki tujuan sebagai hiburan dan sebagai pengisi waktu luang untuk menghabiskan waktu seperti mendengar lagu, nonton drama korea yang dibintangi selebriti yang disukai, menonton musik video dari sang selebriti atau idola.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah tidak ada perbedaan *celebrity worship* berdasarkan jenis kelamin (perempuan dan laki-laki). Namun, ada perbedaan *celebrity worship* berdasarkan usia (18-21 tahun dan 22-25 tahun). Sedangkan berdasarkan pendidikan, ditemukan bahwa tidak ada perbedaan *celebrity worship* antara Mahasiswa dan SMA.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arundati, Vania., & Arisanti. (2019). Perilaku *Celebrity Worship* pada anggota Fandom EXO dalam Komunitas EXO-L Bandung. *Komunikasi*, 13 (1) : 53-72.
- Ceneca, R. C. (2019). *Hubungan Body Image dengan Celebrity worship pada Mahasiswa di Kota Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Bosowa).
- Darfiyanti, D., & Putra, M. G. (2012). Pemujaan terhadap Idola Pop sebagai Dasar *Intimate Relationship* pada Dewasa Awal: sebuah Studi Kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*, 1 (2) : 53-60.
- Dwitanti., Tambunan., & Ningsih. (2015). Kelekatan dan Intimasi Pada Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi*, 8(1) : 18-24.
- Jahja. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : Kencana Kamus Besar Bahasa Indonesia.
- Kompas.Tv. (2020). Kisah Sedih Penggemar BTS yang Bunuh Diri, Ayahnya Benci K-Pop hingga Sempat Curhat ke Suga. <https://www.kompas.tv/article/106550/kisah-sedih-penggemar-bts-yang-bunuh-diri-ayahnya-benci-k-pop-hingga-sempat-curhat-ke-suga>, Diakses 3 Desember 2021.
- Tribunnews.com. (2017). (<https://www.tribunnews.com/seleb/2017/12/20/dua-fans-di-indonesia-dikabarkan-mencoba-bunuh-diri-usai-jonghyun-shinee-meninggal-kisahnyaviral>) . Diakses pada tanggal 3 Desember 2021.
- Lestari, L., Zaharuddin., & Afifah, S. (2021). *Celebrity Worship* pada Dewasa Awal Penggemar K-Pop di Palembang. *Indonesian Journal of Behavioral Studies*, 1 (1) : 29-41. P-ISSN 2807-1956, e-ISSN 2807-1964.
- Liu, J. K. (2013). *Idol Worship, Religiosity, and Self-Esteem among University and Secondary Students in Hong Kong*. *Discovery SS Student E-journal*.
- Lynn, M., Lange, R., & Houran, J. (2002). *Conceptualization and Measurement Celebrity Worship*. *British Journal of Psychology*.
- Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). *A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship*. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25-29.
- Maltby., Day., McCutcheon., Houran., & Ashe. (2004). *Personality and coping: A context for examining celebrity worship and mental health*. *British Journal of Psychology*, 95 (4) : 411-428. doi:10.1348/0007126042369794.

- Maltby., Giles., Barber., & 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. doi:10.1348/135910704x15257.
- Maulida, A., Viridanda, W. Y., Nisa, H., & Sari, N. (2021). Tingkat Pemujaan Selebriti pada Komunitas Penggemar K-pop di Aceh. *Seurune: Jurnal Psikologi Unsyiah*, 4(1), 48-74.
- Munica, R. (2021). Gambaran *Celebrity Worship* Terhadap Idola-K-pop pada Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19. *Journal Of Multidisciplinary Research and Development*, 4(2) : 247-256.
- Putri, A., & Muzakir, A. (2022). Analisis Sentimen Cyberbullying KPOP di Media Sosial Twitter Menggunakan Metode Naive Bayes. *Journal of Syntax Literate*, 7(9).
- Putri, M., & Savira, I. (2021). Gambaran Citra Diri *Fanboy* (Sebuah Studi Kasus Pada Penggemar Laki-Laki Musik Korea Dalam Komunitas Fandom. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8 (6) : 1-13.
- 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
- Siti, N.A. (2023). *Tinjauan Hukum Islam terhadap Perilaku Komsumtif Penggemar K-pop di Kalangan Remaja Islam (Studi Pada Fanbase Boygroup Seventeen)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Sunarni. (2016). Pengaruh *Celebrity Worship* Terhadap Identitas Diri Remaja Usia SMA di Kota Yogyakarta. *E-Journal Bimbingan dan Konseling*, 1 (5) : 1-11.
- Widjaja., & Ali. (2015). Gambaran *Celebrity Worship* Pada Dewasa Awal di Jakarta. *Humaniora*, 6 (1) : 21-28.