

Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap *Problematic Internet Use* pada NCTzen Makassar

The Effect of Celebrity Worship on Problematic Internet Use in NCTzen Makassar

Ajeng Arifah Putri*, Andi Muhammad Aditya, A. Nur Aulia Saudi
Fskultas Psikologi Universitas Bosowa
Email: ajengarifahh@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* pada NCTzen Makassar. Sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa berjumlah 412 responden yang terdiri dari NCTzen yang berdomisili di Kota Makassar. Alat pengumpulan data yang digunakan yaitu skala *problematic internet use* dengan nilai reliabilitas sebesar 0,861 dan skala *celebrity worship* dengan nilai reliabilitas 0,902. Data penelitian ini dianalisis menggunakan Teknik regresi linear sederhana dengan bantuan aplikasi SPSS 23. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu adanya pengaruh secara signifikan pada *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* pada NCTzen Makassar dengan nilai kontribusi sebesar 10,7%.

Kata Kunci: *Celebrity Worship, Problematic Internet Use, NCTzen.*

Abstract

This study aims to determine the influence of celebrity worship on problematic internet use in NCTzen Makassar. The sample in this study was 412 students consisting of NCTzen who are domiciled in Makassar City. The data collection tools used were the problematic internet use scale with a reliability value of 0.861 and the celebrity worship scale with a reliability value of 0.902. The data of this study was analyzed using a simple linear regression technique with the help of SPSS 23 application. The result of this study is that there is a significant influence on celebrity worship on problematic internet use at NCTzen Makassar with a contribution value of 10.7%.

Keywords: *Celebrity Worship, Problematic Internet Use, NCTzen.*

PENDAHULUAN

Gelombang budaya Korea atau yang disebut dengan istilah *Korean wave* telah melanda keseluruhan penjuru dunia termasuk di Indonesia. Salah satu penyebaran budaya Korea yang paling banyak diminati adalah *Korean-Pop* (K-pop). Meningkatnya penggemar K-pop dari tahun ke tahun dipengaruhi oleh internet (Kompas.com, 2019). Penggemar setiap hari menggunakan media sosial seperti, *twitter*, *instagram*, dan *youtube*. *Streaming* musik video merupakan aktivitas yang sering dilakukan penggemar K-pop ketika idolanya melakukan *comeback*. Aktivitas ini biasanya dilakukan berulang kali untuk mencapai *goals* masing-masing *fanbase*. Aktivitas tersebut tak luput dari penggemar salah satu *boygroup* asal Korea Selatan yaitu NCT. *Neo Culture Technology* atau dikenal dengan NCT merupakan *boygroup* dibawah naungan SM Entertainment yang debut pada tahun 2016 dengan penerapan sistem *limitless* yang artinya akan penambahan anggota yang tidak terbatas.

Sebagai seorang penggemar, NCTzen melakukan segala hal untuk mendukung idolanya seperti mendengarkan lagu secara berulang-ulang, menghabiskan waktu dalam mengakses internet untuk mendapatkan informasi. Hal ini didukung data yang dikeluarkan oleh Twitter menunjukkan bahwa pembahasan mengenai NCT pada *platform* twitter menempati urutan kedua *boygroup* yang paling banyak dibahas di Indonesia. Sedangkan pada platform youtube sendiri, NCT menempati peringkat nomor 1 *YouTube Chart Insight* di akun *YouTube* NCT. Artinya, akun NCT paling banyak dikunjungi oleh fans dari Indonesia yaitu sebesar 42, 6 juta penayangan (Cnnindonesia.com, 2022).

Selain platform *twitter*, *instagram*, dan *youtube*, beberapa tahun belakangan ini agensi-agensi di Korea Selatan meluncurkan platform berbayar dan tidak berbayar seperti *bubble*, *universe*, *beyond live*, *vlive* dan *weverse*. Platform ini khusus digunakan penggemar K-pop untuk berkomunikasi secara langsung dengan idolanya. Antusias yang tinggi dari penggemar pun tidak terhalang oleh platform berbayar seperti *lysn*. Biaya berlangganan tiap bulannya sebesar 4.500 won (Rp.56.000) aplikasi ini memiliki fitur layaknya *chat* pribadi. Melalui aplikasi *bubble*, penggemar biasanya akan menerima pesan, foto, *voice message* dari idolanya. Sehingga penggemar merasa terhubung secara langsung dengan idolanya.

Hal tersebut didukung hasil penelitian Pradini dan Hartini (2018) bahwa penggemar cenderung akan mengakses internet seperti *youtube*, *instagram*, *line* dan *twitter* untuk mencari berita terkait idolanya. Adapun hasil penelitian Dewi dan Indrawati (2019) menyebutkan bahwa penggemar mampu mengendalikan dan membatasi diri dalam mencari informasi sehingga tidak menjadikan idolanya sebagai fokus hidup. Namun, fakta di lapangan menunjukkan bahwa penggemar K-pop menghabiskan waktu 6-12 jam mengakses internet untuk memuaskan diri melihat aktivitas idolanya. Penggunaan internet berlebihan pada NCTzen dikhawatirkan akan menimbulkan *problematic internet use*.

Shapira et al., (2003) mengemukakan bahwa *problematic internet use* merupakan sikap individu yang tidak dapat mengendalikan diri dalam menggunakan internet hingga dapat melupakan prioritasnya. Individu akan memiliki perasaan lega setelah menghabiskan waktu selama berjam-jam dalam mengakses internet. Penggemar menganggap bahwa mereka tertarik untuk menyukai idolanya karena memiliki kemampuan yang baik dalam menari, menyanyi, rap, hingga akting. Banyaknya talenta yang dimiliki oleh idol K-pop dapat menarik perhatian para penggemar, terlebih dengan visual menawan dan penampilan yang menarik. Hal tersebut didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Indrawati (2019) menyebutkan bahwa penggemar merasa senang mendengarkan musik yang dibawakan idolanya serta cara berpakaian yang kekinian menarik minat untuk menyukai idola Korea. Berdasarkan fenomena yang terjadi, penelitian terdahulu yang telah dilakukan Zsila, McCutcheon, dan Demetrovics (2018) menunjukkan bahwa sebanyak 31, 8% penggemar menyukai penyanyi idola serta adanya hubungan antara *celebrity worship* dan *problematic internet use* adapun 44,9% responden telah menjadi penggemar selama lebih dari 5 tahun.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan fenomena tersebut memunculkan permasalahan. Masalah dalam penelitian ini yaitu penggemar yang melakukan *problematic internet use* dimana individu tidak dapat mengontrol diri dalam mengakses internet sehingga menimbulkan terjadinya *celebrity worship* pada penggemar. Hal ini tentu saja dapat menimbulkan pengaruh buruk bagi diri sendiri terlebih aktivitas sehari-hari yang dapat terganggu.

Problematic Internet Use

Demetrovics et al (2008) menjelaskan *problematic internet use* sebagai sifat adiktif dari suatu fenomena berlebihan atau penggunaan internet bermasalah dengan mengidentifikasi adanya gejala kompulsif dan impulsif yang dapat menimbulkan terjadinya masalah dalam pekerjaan atau pendidikan. Definisi mengenai *problematic internet use* juga dikemukakan oleh Caplan (2010) mendefinisikan *problematic internet use* sebagai perilaku individu yang lebih memilih untuk menggunakan internet untuk interaksi sosial dibandingkan melakukan interaksi dengan orang-orang di lingkungan sekitarnya secara tatap muka. Individu yang mengalami *problematic internet use* juga cenderung merasa lebih aman, nyaman dan percaya diri ketika mengakses internet. Hal ini selaras dengan pendapat yang disampaikan Davis (2001) bahwa *problematic internet use* dapat menimbulkan dampak yang buruk bagi individu seperti terganggunya aktivitas sehari-hari. *Problematic internet use* memiliki tiga aspek diantaranya *obsession*, *neglect*, dan *control disorder*.

Celebrity Worship

McCutcheon, Lange, dan Houran (2002) mengemukakan bahwa *celebrity worship* merupakan kebiasaan dimana individu melihat, mendengarkan, membaca dan mencari informasi tentang idola yang disukai sehingga bisa mengarah pada identifikasi, obsesi dan asosiasi yang dapat mengakibatkan pada kesesuaian dan mempengaruhi aktivitas sehari-hari dari individu tersebut. Sedangkan Maltby et al (2006) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai perilaku obsesif dan adiktif yang dilakukan oleh penggemar untuk selalu terlibat dalam setiap kehidupan idolnya sehingga mempengaruhi kehidupan sehari-hari penggemar tersebut. Maltby, Day, dan Macaskill (2013) menggambarkan *celebrity worship* sebagai bentuk keterikatan psikologis yang cukup intens sehingga dapat menjadikan hubungan seorang penggemar dengan selebriti favorit mereka sebagai fokus utama hidup mereka, dan dicirikan oleh

loyalitas serta adanya kemauan penggemar untuk menginvestasikan waktu dan keuangan terhadap selebriti tersebut. Maltby *et al* (2006) membagi tiga aspek dari *celebrity worship* yaitu, *entertainment social*, *intense personal feeling*, dan *borderline pathological*.

NCTzen

Neo Culture Technology atau yang biasa dikenal dengan NCT merupakan boygroup asal Korea Selatan dan dibentuk oleh SM Entertainment. NCT merupakan boygroup yang cukup unik dikarenakan memiliki anggota yang sangat banyak serta penerapan sistem *limitless*. Artinya, anggota NCT ini akan bertambah terus menerus. Karena keunikan tersebut, NCT menjadi salah satu boygroup dengan penggemar yang banyak. Penggemar NCT atau biasa disebut dengan NCTzen yang memiliki makna NCT dan *Citizen*. *Citizen* sendiri memiliki arti warga atau penduduk. Sebagai penggemar, NCTzen terkenal sangat *loyal* dan rela untuk menghabiskan uang dan waktu untuk idolanya.

METODE PENELITIAN

Responden

Partisipan pada penelitian ini, jumlah dari responden belum diketahui, oleh karena itu peneliti menggunakan teori *Isaac* dan *Michael* dengan tingkat kesalahan 5%. Maka jumlah sampel yang diambil datanya pada penelitian ini minimal sebanyak 349 responden. Peneliti berhasil mengumpulkan sebanyak 412 responden (N=412) Adapun kriteria dalam penelitian ini adalah penggemar boygroup NCT (NCTzen) yang berdomisili di Kota Makassar. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan *non probability sampling* menggunakan teknik *purposive sampling ini*.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala psikologi dengan model likert yaitu skala *problematic internet use* dan skala *celebrity worship*. Skala *problematic internet use* yang telah diadaptasi oleh peneliti, skala tersebut merupakan skala yang dibuat oleh Demetrovics *et al* (2008) dengan total 18 item, adapun perolehan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,861. Selanjutnya skala *celebrity worship* yang dikonstruksi oleh Afifah (2022) berdasarkan pada teori Maltby *et al* (2006) dengan total 25 item, adapun perolehan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,902. Skala *problematic internet use* terdiri dari lima pilihan jawaban yaitu, tidak pernah, jarang, kadang-kadang, sering, dan selalu. Sedangkan skala *celebrity worship* terdiri dari lima pilihan jawaban yakni Sangat Sesuai, Sesuai, Netral, Tidak Sesuai, dan Sangat Tidak Sesuai.

Teknik Analisis Data

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga yakni analisis deskriptif, uji asumsi, dan uji hipotesis. Peneliti melakukan uji normalitas dan linearitas. Adapun hasil yang diperoleh yakni data terdistribusi normal dan data dapat dikatakan linear.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	R Square	F	Sig.	Keterangan
<i>Celebrity Worship</i> terhadap <i>Problematic Internet Use</i>	0.107	-7022	0.000	Signifikan

Ket: *R Square* = koefisien determinan
F = Nilai Uji Koefisien regresi secara Simultan
Sig. = Nilai Signifikansi, $p < 0.05$.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh hasil bahwa pengaruh *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* dengan perolehan hasil nilai R Square sebesar 0,107. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kontribusi yang diberikan variabel *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* pada NCTzen Makassar sebesar 10,7%. Adapun hasil nilai kontribusi yang diperoleh menunjukkan nilai F sebesar -7022 dengan perolehan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga dapat dikatakan bahwa *celebrity worship* tidak dapat menjadi pengaruh terhadap *problematic internet use* pada NCTzen Makassar, ditolak. Dengan demikian *celebrity worship* dapat memberikan pengaruh terhadap *problematic internet use*.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* pada NCTzen Makassar. *Celebrity worship* menjadi salah satu faktor yang dapat menimbulkan *problematic internet use* pada anggota NCTzen Makassar dengan nilai kontribusi sebesar 10,7%, sementara 89,3% dipengaruhi oleh faktor lain diantaranya kesepian, *self-esteem*, regulasi dan emosi. Selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Asmaussolihat dan Nugrahawati (2022) menunjukkan bahwa *celebrity worship* dapat mempengaruhi *problematic internet use* pada NCTzen Indonesia dengan kontribusi sebesar 7,1%. Hal ini juga didukung dengan penelitian Martin, McCutcheon, & Cayanus, (2015) yang mengatakan bahwa media memiliki peran penting dalam mengidolakan seseorang.

Demetrovics et al (2016) menyatakan bahwa definisi dari *problematic internet use* adalah sikap atau perilaku individu yang menggunakan internet secara berlebihan setidaknya 6 jam perhari. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Azzahra dan Indri (2021) bahwa individu pengguna *social media* di Kota Bandung memiliki tingkat *problematic internet use* yang tinggi. Individu khususnya NCTzen Makassar yang menjadi fokus permasalahan dalam penelitian ini cenderung memilih untuk mengakses internet sebagai media hiburan. Sehingga berdasarkan hasil analisis statistika pada penelitian ini, menunjukkan bahwa tingkat kategorisasi *problematic internet use* berada pada tingkat sedang (*moderate*). Pada kondisi ini, NCTzen berarti memiliki masalah dalam penggunaan internet yang mengarah pada ketidakmampuan dalam membatasi akses internet.

Hasil analisis statistik pada *celebrity worship* yang diperoleh yaitu memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *problematic internet use*, yang berarti bahwa NCTzen akan tetap mengakses internet meskipun kesukaan dan kegemaran mereka terhadap NCT rendah. Hasil analisis ini mampu menjelaskan bahwa yang menjadi hal unik dalam penelitian ini adalah pengaruh *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* mengarah negatif yang artinya, NCTzen mampu mengontrol diri dan mengidolakan NCT namun tetap menggunakan dan mengakses internet dalam kegiatan sehari-harinya. Selain itu yang menjadi alasan mengapa hasil penelitian ini mengarah negatif yaitu, demografi pada jangka waktu menjadi penggemar menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka telah menjadi NCTzen dalam kurun 1-3 tahun. Sedangkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa (2021) bahwa penggemar yang mengidolakan selebriti dalam rentang waktu 4-6 tahun cenderung melakukan pemujaan selebriti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* pada NCTzen Makassar memperoleh hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* pada NCTzen Makassar diterima. Nilai kontribusi *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* sebesar 10,7%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi *celebrity worship* maka semakin tinggi pula *problematic internet use* pada NCTzen Makassar. Adapun sisanya sebesar 89,3% dari faktor lain yang berkontribusi diluar dari penelitian. Saran bagi penggemar NCT (NCTzen) agar lebih bijak dalam mengidolakan seseorang khususnya grup NCT yang menjadi fokus penelitian ini. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk mengaitkan variabel *problematic internet use* dengan variabel-variabel pendorong lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, F. (2022). Hubungan Kontrol Diri dengan Celebrity Worship pada Dewasa Awal Penggemar K-pop (Skripsi). Universitas Diponegoro. Semarang.
- Asmaussolihat, S., & Nugrahawati, N., E. (2022). Pengaruh *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* pada anggota nctzen Indonesia. *Journal of psychology science*, 2(1), 328-336. <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.1074>.
- Azzahra, F., Indri U.S. 2021. Hubungan Regulasi Emosi dengan Problematic Internet Use pada Mahasiswa Pengguna Social Media. *Prosiding Psikologi: Vol. 7, No. 2*. Universitas Islam Bandung. <http://dx.doi.org/10.29313/v0i0.28420>
- Caplan, S. E. (2010). Theory and measurement of generalized problematic internet use: A two-step approach. *Computers in Human Behavior*, 26 (5), 1089–1097.
- Davis, R.A. (2001) A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17, 187-195.

- Demetrovics, Z., Király, O., Koronczai, B., Griffiths, M. D., Nagygyörgy, K., Elekes, Z., Tamás, D., Kun, B., Kökönyei, G., & Urbán, R. (2016). Psychometric properties of the Problematic Internet Use Questionnaire Short-Form (PIUQ-SF-6) in a nationally representative sample of adolescents. *PLoS One*, 11(8). doi:10.1371/journal.pone.0159409
- Demetrovics, Z., Szeredi, B., & Rózsa, S. (2008). The three-factor model of Internet addiction: The development of the Problematic Internet Use Questionnaire. *Behavior Research Methods*, 40(2), 563–574. doi:10.3758/BRM.40.2.563
- Dewi, S. K., Indrawati, R. (2019). Gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(2), 291-300.
- Khairunnisa, U. A. (2021). Hubungan Kontrol Diri dan Celebrity Worship Pada K-popers (Skripsi). Universitas Bosowa, Makassar.
- Maltby, J., Day, L., Macaskill, A. (2013). *Personality, Individual Differences and Intelligence*. London: Pearson Education.
- Maltby, J., Day, L., Mccutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: 48 developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. 40, 273– 283.
- Martin, M. M., McCutcheon, L. E., & Cayanus, J. (2015). Celebrity worship and its relationship to television-watching motives: A brief report. *North American Journal of Psychology*, 17(2), 213–220.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, 93(1), 67-87.
- Shapira, N. A., Lessig, M. C., Goldsmith, T. D., Szabo, S. T., Lazoritz, M., Gold, M. S. et al. (2003). Problematic Internet Use: Proposed Classification and Diagnostic Criteria. *Depression & Anxiety*, 17, 207-216. <https://doi.org/10.1002/da.10094>
- 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(3), 654–664. DOI: <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.76>