

## Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku *Celebrity Worship* pada Penggemar K-pop Dewasa Awal

### *The Relationship between Self-control and Celebrity Worship in Early Adult K-pop Fans*

**Mayzuhra Nikma Qorina**

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: mayzuhra.18098@mhs.unesa.ac.id

**Riza Noviana Khoirunnisa**

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: rizakhoirunnisa@unesa.ac.id

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan *celebrity worship* pada penggemar K-pop dewasa awal. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif non eksperimen dengan tujuan meneliti korelasi antar variabel. Pengambilan sampel memakai teknik *purposive sampling* dengan subjek penelitian 130 responden penggemar K-pop. Teknik pengumpulan data menggunakan skala yang terdiri atas skala kontrol diri yakni *the brief self-control scale* dan skala *celebrity worship* yakni *the celebrity attitude scale*. Data yang didapat akan dianalisis dengan uji korelasi *product moment* melalui bantuan *SPSS 26.0 for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara kontrol diri dengan *celebrity worship*. Hal tersebut dapat dilihat dari taraf signifikansi sebesar 0.003 ( $p < 0.05$ ) dengan skor koefisien korelasi sebesar 0.255. Jadi, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan signifikan positif antara kontrol diri dengan *celebrity worship* pada penggemar K-pop dewasa awal. Maka semakin tinggi kontrol diri yang dilakukan oleh penggemar K-pop, maka semakin tinggi pula perilaku *celebrity worship* nya, begitupun sebaliknya.

**Kata kunci :** Pemujaan Selebriti, Kontrol diri, Penggemar

#### **Abstract**

*The purpose of this research is to determine the relationship between self control and celebrity worship in early adult K-pop fans. The method in this research uses a non-experimental quantitative method which aims to examine the correlation between variables. The sampling technique in this research was purposive sampling with research subjects of 130 K-pop fan respondents. The data collection technique in this research used a scale consisting of a self-control scale, namely the brief self-control scale and a celebrity worship scale, namely the celebrity attitude scale. The data obtained were analyzed by a product moment correlation test with the help of SPSS 26.0 for windows. The result showed that there is a relationship between self-control and celebrity worship. This can be proven from the significance level of 0.003 ( $p < 0.05$ ) with a correlation coefficient score of 0.255. Based on the analysis it can be concluded that there is a positive significant relationship between self-control and celebrity worship in early adult K-pop fans. So, the higher the self-control exercised by K-pop fans, the higher their celebrity worship behavior. Vice versa, if self-control is low, then celebrity worship is also low.*

**Key word :** Celebrity worship, Self-control, Fans

<b>Article History</b>	
<i>Submitted : 18-06-2024</i>	
<i>Final Revised : 04-07-2024</i>	
<i>Accepted :06-07-2024</i>	<p><i>This is an open access article under the <a href="#">CC-BY</a> license</i></p> <p><i>Copyright © 2024 by Author, Published by Universitas Negeri Surabaya</i></p>

Manusia mempunyai hal mendasar yang menjadi bagian penting dalam kehidupannya, salah satunya yakni kebutuhan akan hiburan. Hiburan digolongkan sebagai kebutuhan afektif manusia. Kebutuhan afektif diartikan sebagai kebutuhan yang memiliki kaitan dengan pengalaman yang membawa kesenangan dan mempengaruhi emosi manusia (Dayana & Zahara, 2020). Oleh karena itu, tidak jarang manusia menjadikan hiburan untuk melepas kepenatan atas aktifitas-aktifitas yang telah dilalui atau sebagai bentuk dari koping stres. Beragam jenis dari hiburan yang bisa didapatkan manusia untuk memenuhi kebutuhannya, mulai dari hiburan yang sifatnya tradisional hingga yang modern. Namun, kebanyakan generasi sekarang lebih tertuju pada hiburan yang bersifat modern. Salah satunya yaitu banyak individu zaman sekarang terlihat mengandrungi *korean wave*.

*Korean wave* sendiri begitu identik dengan dunia hiburan, seperti halnya variety show, drama, musik, dan lain-lain yang berasal dari negara Korea. Masuknya *korean wave* ke Indonesia diawali sejak tahun 2000-an melalui penayangan drama Korea di beberapa stasiun TV swasta. Kemudian, disusul musik pop Korea atau K-pop yang mulai menarik perhatian masyarakat Indonesia, terlebih pada individu zaman sekarang. Pada tahun 2021, Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara yang mempunyai jumlah penggemar K-pop terbanyak di twitter selama dua tahun berturut-turut. Kemudian diikuti oleh Jepang, Filipina, Korea Selatan, dan Amerika Serikat dalam urutan berikutnya. menempati posisi teratas sebagai negara dengan penduduk paling aktif membicarakan K-pop di twitter, diikuti Filipina, Korea Selatan, Thailand, Amerika Serikat (CNN, 2022).

Ketika berbicara perihal K-pop, maka tidak terlepas dari pembahasan mengenai idola dan penggemarnya. Karena idola dengan penggemar adalah sesuatu yang tidak dapat dipisahkan. Salah satu kunci keberhasilan dari seorang idola adalah karena adanya penggemar. Begitu pula bagi seorang penggemar, dengan mengidolakan dan mencintai sosok idola dapat menjadi salah satu sumber kebahagiaan baginya. Setiap penggemar memiliki cara yang bermacam-macam dalam menunjukkan bentuk dukungan dan rasa cintanya terhadap idola mereka. Penggemar K-pop akan sangat loyal dalam memberikan dukungan untuk idolanya, terlebih dalam memberikan dukungan supaya idolanya dapat meraih penghargaan (Maharani & Rahmasari, 2022). Namun, masyarakat sering mempersepsikan bahwa perilaku para penggemar K-pop dalam menunjukkan dukungannya terhadap idola mereka dinilai terlalu berlebihan, obsesif, posesif, hingga delusif (Dewi & Indrawati, 2019).

Bentuk cinta dari penggemar yang demikian merupakan salah satu bentuk perilaku *celebrity worship* atau pemujaan selebriti. Sejalan dengan definisi menurut Hermadana (2020) yang menyebutkan bahwasanya *celebrity worship* atau pemujaan selebriti merupakan rasa senang atau obsesi penggemar terhadap selebriti hingga dapat mempengaruhi kehidupan. Dapat dikatakan *celebrity worship* ketika dalam diri individu timbul perilaku yang berhubungan dengan idolanya. Maltby, Giles, Barber, dan McCutcheon (2005) membagi aspek *celebrity worship* menjadi tiga bagian tingkatan, yakni *entertainment-social*, *intense-personal feeling*, serta *borderline-pathological tendency*.

Salah satu dampak negatif akibat *celebrity worship* yang umum terjadi adalah individu akan menghabiskan lebih banyak waktu atau materinya untuk hal-hal yang berhubungan

dengan idolanya. Hal ini akan menimbulkan reaksi yang negatif dari orang sekitar terhadapnya, yang kemudian dapat menimbulkan relasi yang tidak baik. Individu akan merasakan dampak negatif tersebut ketika ia tidak memiliki kemampuan yang cukup dalam mengontrol diri.

Bahkan di Korea terdapat beberapa kasus penggemar yang terlalu terobsesi untuk terlibat dalam kehidupan pribadi idolanya. Penggemar yang seperti itu biasa disebut *sasaeng*. *Sasaeng* ini sangat mengganggu dan merugikan seorang idola karena perbuatan-perbuatannya. Seperti yang dilansir pada laman (<https://www.liputan6.com>), *sasaeng* akan melakukan berbagai cara agar dapat selalu dekat dengan idolanya, bahkan mereka tidak memedulikan privasi idolanya tersebut. Seperti meneror dengan menelepon secara terus menerus, memberikan komentar yang mengarah ke pelecehan, membuntuti hingga ke asrama hingga membuat ancaman bunuh diri apabila tidak bisa bertemu dengan idolanya (Putri, 2022). Fenomena tersebut juga dilakukan oleh penggemar Indonesia. Mengutip dari Putri (2023) dalam (<https://www.merdeka.com>), Lee Taeyong salah satu member dari *boy group* NCT mengalami kejadian yang meresahkan. Ia mendapat teror telepon secara terus-menerus saat melakukan siaran langsung di instagram. Beberapa kali ia mengungkapkan rasa tidak nyaman karena hal tersebut. Ia mengungkapkan bahwa kode nomor yang meneleponnya yakni +62, yang mana +62 merupakan kode telepon negara Indonesia.

Peneliti melakukan observasi serta wawancara kepada para penggemar K-pop dengan kisaran usia dewasa awal. Dari hasil observasi terhadap suatu komunitas di sebuah *platform* musik (diwakilkan tujuh orang), tampak kebanyakan penggemar K-pop yang berusia dewasa awal masih menunjukkan perilaku *celebrity worship*. Perihal itu dapat terlihat ketika idolanya mengeluarkan karya baru berupa album, di mana mereka sangat antusias untuk menaikkan karya idolanya tersebut dan berusaha bersama-sama untuk mencapai target yang telah disepakati. Mereka banyak menggunakan waktunya untuk *streaming* di youtube, ataupun di *platform* lainnya. Ada juga yang turut membeli album agar dapat menikmati dan mengapresiasi karya idolanya. Mereka juga akan terlihat antusias ketika memperbincangkannya, dan akan saling mengingatkan untuk tetap mendukung idolanya. Perilaku tersebut menunjukkan bahwa penggemar K-pop memiliki motivasi untuk menemukan informasi secara aktif mengenai selebriti yang diidolakan dan akan merasa senang ketika membicarakannya bersama orang lain khususnya dengan orang yang mempunyai idola yang sama dengannya (Maltby *et al.*, 2005).

Ketika peneliti melakukan wawancara terhadap delapan subjek penggemar K-pop berusia dewasa awal. Hasil perolehan wawancara yakni mereka menyebutkan ketika mendengar idolanya mengalami sesuatu yang tidak baik, seperti sedang sakit atau terkena musibah, mereka akan turut bersedih. Ada salah satu subjek yang mengaku pernah menangis hingga dua malam ketika mendapat kabar bahwa idolanya terkena *Covid-19*. Atau ketika mereka mendapatkan informasi bahwa idolanya mendapat serangan atau ancaman dari *haters* (sebutan untuk pembenci idolanya), mereka akan turut membela, sebagian dari mereka ada yang tidak segan untuk berdebat meladeni para *haters* tersebut. Atau ketika mereka merasa idolanya mendapatkan perlakuan yang tidak adil dari pihak agensi, mereka akan bersama-sama memprotes pihak agensi. Perilaku tersebut menunjukkan bahwa individu tersebut mempunyai perasaan intensif terhadap segala hal yang terkait dengan idola mereka dan turut merasakan kesedihan atau kebahagiaan sang idola (Maltby *et al.*, 2005). Terdapat pula yang terkesan mengorbankan kehidupan sosial di *real life*, seperti mengacuhkan orang-orang disekitar, menolak ajakan teman untuk bertemu, karena mereka ingin fokus untuk mencapai target tersebut. Karena menurut mereka, akan ada kebanggaan tersendiri ketika turut berpartisipasi untuk menaikkan karya idolanya.

Tindakan *celebrity worship* kerap dilakukan individu usia remaja, dan kecenderungannya menurun seiring bertambahnya usia (Mccutcheon, Lange, dan Houran, 2002). Namun, ditemukan beberapa penelitian yang menunjukkan hal sebaliknya. Seperti yang diungkapkan dalam penelitian oleh Dewi & Indrawati (2019) yang menunjukkan bahwa

*celebrity worship* masih timbul pada individu dewasa awal, yaitu pada subjeknya yang berusia 21 dan 22 tahun. Selain itu pendapat serupa ditunjukkan melalui penelitian Hapsari & Sumaryanti (2022) yang menyebutkan bahwasanya masih terdapat individu pada usia dewasa awal yang tetap terlibat dalam perilaku pemujaan selebriti atau *celebrity worship*. Begitu juga penelitian dari Cahyani & Purnamasari (2018) menyebutkan bahwa pada kenyataannya, masih banyak individu dewasa awal yang tetap melakukan *celebrity worship* yang mereka idolakan, bahkan menganggap idolanya sebagai panutan dalam banyak hal. Masa dewasa awal umumnya berada di rentang usia sekitar 18 hingga 40 tahun (Hurlock, 1980).

Masa dewasa awal adalah periode di mana seseorang diharapkan mampu beradaptasi dengan perubahan pola hidup dan ekspektasi sosial yang baru (Hurlock, 1980). Selama periode ini, tugas perkembangan termasuk membangun hubungan akrab dengan orang lain (Santrock, 2012). Berdasarkan hasil observasi dan interview awal, mereka mengungkapkan bahwa dengan menjadi penggemar K-pop, mereka dapat memperoleh relasi baru sesama penggemar. Namun relasi tersebut lebih banyak ditemukan di dunia maya. Kebanyakan dari mereka ketika berusaha untuk menjalin relasi dengan orang baru di *real life*, mereka merasa lebih canggung daripada ketika berelasi dengan sesama penggemar K-pop di dunia maya. Hal tersebut menjadikan individu lebih nyaman menjalin relasi dengan sesama penggemar K-pop, sehingga tampak mengabaikan orang-orang di sekitarnya yang ada di kehidupan nyata.

Salah satu cara untuk dapat mengembangkan relasi sosial adalah dengan kontrol diri. Pada masa dewasa awal, individu harus mampu mengendalikan dirinya, seperti mampu mengatur untuk bertingkah laku baik, mampu bertanggung jawab atas perilaku yang diperbuat, dan memahami tujuan hidupnya secara lebih baik. Dengan adanya kemampuan kontrol diri, individu dapat menghindari perilaku semaunya yang merugikan diri sendiri atau orang lain (Azizah & Indrawati, 2015). Individu dengan kontrol diri yang bagus juga lebih mudah diterima di lingkungan sosialnya.

Kontrol diri memungkinkan individu untuk membuat keputusan terkait perilaku yang akan ia lakukan. Sesuai dengan definisi dari Averill yang menyatakan bahwasanya kontrol diri ialah keterampilan individu dalam memodifikasi perilaku, memilih tindakan yang telah diyakini, serta menyaring informasi yang diharapkan dan tidak diharapkan (dalam Ghufuron & Risnawita, 2020). Hal tersebut dapat membantu individu dalam mencegah timbulnya perilaku yang melanggar ataupun bertentangan dengan moral. Tetapi individu yang memiliki kontrol diri buruk tetap dapat memperbaikinya, selaras dengan yang dikemukakan oleh Tangney, Baumeister, dan Boone (2004) yakni dengan mengakhiri kebiasaan, menahan godaan, serta menerapkan disiplin diri.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwasanya penggemar K-pop berusia dewasa awal membutuhkan kontrol diri yang baik agar tetap mampu berpikir rasional dan menghindari dampak negatif *celebrity worship*. Oleh karena itu, peneliti terdorong untuk menjelaskan lebih dalam hubungan kontrol diri dengan perilaku *celebrity worship* pada penggemar K-pop dewasa awal.

## **Metode**

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif yang fokus pada metode pengumpulan dan analisis data berbasis numerik (Jannah, 2018). Jenis penelitian yang dilakukan adalah korelasional, karena fokusnya adalah mengidentifikasi hubungan antara kontrol diri sebagai variabel x serta *celebrity worship* sebagai variabel y secara lebih mendalam (Jannah, 2018).

### *Sampel/populasi*

Populasi yang dijadikan fokus penelitian ini yakni individu penggemar K-pop dewasa awal yang merupakan pengguna aktif media sosial twitter. Sampel penelitian ini ditetapkan

melalui metode *purposive sampling*, dimana pemilihan didasarkan pada pertimbangan peneliti untuk mencakup semua karakteristik yang relevan dengan penelitian (Jannah, 2018). Kriteria penentuan sampel penelitian ini yakni: seorang penggemar, berusia 18 – 40 tahun (usia dewasa awal), dan pengguna aktif media sosial twitter. Sampel diperoleh setelah dilakukan penyebaran kuesioner, yaitu sebanyak 130 sampel yang sesuai dengan kriteria pada penelitian ini.

### *Pengumpulan data*

Pengumpulan data dilaksanakan menggunakan kuesioner yang diedarkan secara digital (*online*) melalui media sosial twitter, khususnya akun *base fanclub*, dengan cara menyebarkan pamflet yang mencantumkan tautan kuesioner dan kriteria subjek yang dibutuhkan oleh peneliti. Instrumen yang dipergunakan yakni skala Likert, yang mencakup skala kontrol diri serta skala *celebrity worship*, dengan empat pilihan jawaban, yakni sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), serta sangat tidak sesuai (STS), dengan menggunakan item atau pertanyaan yang berbentuk aitem *favourable* dan *unfavourable*.

Skala kontrol diri diadaptasi dari alat ukur milik Tangney *et al.*, (2004) yakni *The Brief Self-Control Scale*, yang mencakup dimensi menghentikan kebiasaan, menahan godaan serta disiplin diri yang baik. Sedangkan skala *celebrity worship* diadaptasi dari alat ukur milik Maltby *et al.*, (2002) yakni *The Celebrity Attitude Scale*, yang mencakup aspek *entertainment-social*, *intense-personal feeling*, *borderline-pathological*.

### *Analisis Data*

Analisis data dalam penelitian ini memanfaatkan uji asumsi klasik serta uji hipotesis dengan alat bantu SPSS 26.0 *for windows*. Uji asumsi klasik dikerjakan dengan melalui uji normalitas serta uji linearitas. Uji normalitas dilangsungkan dengan menerapkan rumus *Kolmogorov-Smirnov*. Data dinyatakan berdistribusi normal jika skor probabilitasnya lebih dari 0.05 ( $p > 0.05$ ). Sedangkan untuk uji linearitasnya menggunakan metode *Anova*, yakni dengan memperhatikan skor pada *linearity* serta *deviation from linearity*. Sementara itu, untuk perhitungan uji hipotesis menerapkan teknik korelasi *product moment*. Hipotesis dapat diterima bila skor signifikansi antar variabel mempunyai probabilitas kurang dari 0.05 ( $p < 0.05$ ).

## **Hasil**

### Uji Statistik Deskriptif

Hasil data penelitian yang sudah didapat akan diolah untuk mengetahui nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata serta standar deviasi. Bersumberkan analisis yang sudah dilaksanakan maka didapati data sebagai berikut:

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Kontrol Diri	130	18	50	33.85	9.543
<i>Celebrity Worship</i>	130	61	109	84.32	14.154

Bersumberkan tabel statistik deskriptif tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini melibatkan partisipasi dari 130 responden. Pada variabel kontrol diri memiliki nilai minimum yakni 18, nilai maksimum yakni 50, serta skor rata-rata (*mean*) sebanyak 33.85, dengan standar deviasi sebesar 9.543. Sedangkan pada variabel *celebrity worship* memiliki nilai minimum yakni 61, nilai maksimum yakni 109, serta skor rata-rata (*mean*) sebanyak 84.32, dengan standar deviasi sebesar 14.154.

## Uji Normalitas

Uji normalitas dilaksanakan dengan maksud memeriksa data variabel kontrol diri dan *celebrity worship* berdistribusi normal ataupun tidak. Uji normalitas dikerjakan dengan menerapkan metode uji *Kolmogorov-Smirnov*. Data dianggap berdistribusi normal bila skor p lebih dari 0.05 serta tidak normal bila skor p kurang dari 0.05 (Santoso, 2012). Berikut adalah hasil uji normalitas pada variabel kontrol diri serta variabel *celebrity worship*:

Tabel 2. Uji Normalitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kontrol Diri <i>Celebrity Worship</i>	0.200	Data berdistribusi normal

Bersumberkan pada uji normalitas data yang dilakukan menggunakan *Kolmogorov-smirnov*, diperoleh nilai 0.200 ( $p > 0.05$ ) sebagai nilai signifikansi dari variabel kontrol diri serta variabel *celebrity worship*. Sehingga data uji normalitas tersebut menyimpulkan bahwa data penelitian variabel kontrol diri serta variabel *celebrity worship* berdistribusi normal.

## Uji Linearitas

Uji linearitas mempunyai tujuan menentukan linear tidaknya hubungan antara variabel kontrol diri dengan *celebrity worship*. Penelitian ini memakai dua metode pengujian linearitas, yaitu metode yang didasarkan pada skor *linearity* serta *deviation from linearity* pada tabel hasil uji linearitas. Kedua variabel dinyatakan mempunyai ikatan linier bila mendapatkan skor *linearity* sebesar kurang dari 0.05 ( $p < 0.05$ ). Berikut ini hasil uji linearitas yang didasarkan pada skor *linearity* pada penelitian ini:

Tabel 3. Uji Linearitas berdasarkan atas *Linearity*

Variabel	Sig.	Keterangan
Kontrol Diri <i>Celebrity Worship</i>	0.003	Linear

Berdasarkan hasil uji linearitas bersumberkan skor *linearity* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0.003 ( $p < 0.05$ ). Maka variabel kontrol diri dan *celebrity worship* pada penelitian ini memperlihatkan adanya hubungan yang linier, sebab nilai signifikansi kurang dari 0.05.

Selain itu uji linearitas dapat diketahui melalui *deviation from linearity*, dengan kriteria bila nilai signifikansi lebih dari 0.05 ( $> 0.05$ ) maka data tersebut dinyatakan linier. Namun bila nilai signifikansi kurang dari 0.05 ( $< 0.05$ ) maka data tersebut dinyatakan tidak linier. Berikut adalah hasil uji linearitas bersumberkan *deviation from linearity* pada penelitian ini:

Tabel 4. Uji Linearitas berdasarkan atas *Deviation from Linearity*

Variabel	Sig.	Keterangan
Kontrol Diri <i>Celebrity Worship</i>	0.203	Linear

Tabel di atas menunjukkan hasil uji linearitas berdasarkan *deviation from linearity* dengan skor signifikansi sebesar 0.203 ( $p > 0.05$ ). Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya kedua variabel pada penelitian ini yakni kontrol diri dan *celebrity worship* dinyatakan linier, dikarenakan nilai signifikansi tersebut lebih dari 0.05.

Bersumberkan perihal tersebut, maka ditarik simpulan bahwasanya hasil uji linearitas yang bersumber pada skor *linearity* maupun *deviation from linearity* menunjukkan bahwa data pada kedua variabel pada penelitian ini bisa dinyatakan linier.

### Uji Hipotesis

Tujuan uji hipotesis ialah menguji apakah hipotesis yang sudah dianalisis sebelumnya dapat diterima ataupun ditolak. Pada penelitian ini, uji hipotesis mempunyai tujuan untuk mengetahui seberapa besar korelasi antara variabel kontrol diri dengan variabel *celebrity worship*. Pengujian hipotesis dilaksanakan dengan menerapkan teknik korelasi *product moment* melalui SPSS 26.0 *for windows*. Hasil analisis korelasi bisa diketahui kekuatan hubungannya dalam tabel berikut:

Tabel 5. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Hubungan antar variabel dapat dianggap berhubungan bila skor signifikansi antar variabel mempunyai probabilitas kurang dari 0.05 ( $p < 0.05$ ). Namun, bila skor signifikansi kedua variabel menunjukkan probabilitas lebih dari 0.05 ( $p > 0.05$ ), maka data penelitian dianggap tidak signifikan (Sugiyono, 2013). Berikut perolehan uji hipotesis *product moment* pada variabel kontrol diri dengan variabel *celebrity worship*:

Tabel 6. Uji Hipotesis

Variabel	Pearson Correlation	Nilai Sig.	Keterangan
Kontrol Diri	0.255	0.003	Hubungan signifikan
<i>Celebrity Worship</i>	0.255	0.003	Hubungan signifikan

Berdasarkan analisis dari uji hipotesis dapat diketahui bahwa skor signifikansi dalam penelitian ini ialah  $0.003 < 0.05$ , yang mengindikasikan bahwa variabel kontrol diri berhubungan secara signifikan dengan variabel *celebrity worship*. Maka H1 diterima dan H0 ditolak. Sementara itu, nilai koefisiensi korelasi pada penelitian ini sebesar 0.255, yang mana angka tersebut terdapat pada interval 0.20-0.399. Maka hal tersebut mengindikasikan bahwasanya variabel kontrol diri dan *celebrity worship* menunjukkan tingkat hubungan yang rendah.

### Pembahasan

Penelitian ini meneliti hubungan variabel kontrol diri dan *celebrity worship*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode *product moment* melalui perangkat lunak olah data SPSS 26.0 *for Windows*. Subjek yang berkontribusi dalam penelitian ini sebanyak 130 orang, dengan usia 18-36 tahun.

Berdasarkan hasil analisis korelasi melalui pengujian hipotesis *product moment* dengan bantuan SPSS, diketahui nilai signifikansi korelasi antara kedua variabel penelitian adalah

0.003, sebab nilai signifikansi korelasinya kurang dari 0.05 ( $p < 0.05$ ), maka bisa ditarik kesimpulan bahwasanya hasil analisis mendukung hipotesis penelitian yang diajukan sebelumnya, yakni ada hubungan antara kontrol diri dan perilaku *celebrity worship* pada penggemar K-pop usia dewasa awal.

Sedangkan untuk nilai koefisien korelasinya diperoleh nilai sebesar 0.255 ( $r = 0.255$ ). Nilai koefisien korelasi yang berada dalam interval 0.20-0.399 dapat diartikan terdapat hubungan yang rendah pada kedua variabel penelitian. Nilai tersebut memperlihatkan arah hubungan positif, bermakna bahwasanya ada hubungan searah antara kontrol diri dan *celebrity worship*. Hubungan searah antar kedua variabel ini dimaknai dengan semakin tinggi kontrol diri penggemar K-pop, semakin tinggi perilaku *celebrity worship* mereka. kebalikannya, semakin rendah kontrol diri, semakin rendah perilaku *celebrity worship*.

Nilai koefisien korelasi sebesar 0.255 yang setara dengan 25.5% menunjukkan bahwa *celebrity worship* dipengaruhi oleh kontrol diri, sementara 74.5% selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Mccutcheon *et al.*, (2002) menyebutkan faktor usia, pendidikan, jenis kelamin, dan keterampilan sosial turut memengaruhi adanya perilaku *celebrity worship*. Hermadana (2020) juga menyatakan dalam penelitiannya bahwa perilaku *celebrity worship* dipengaruhi oleh keterampilan sosial. Seiring bertambahnya usia, individu diharapkan dapat mengembangkan dan memahami sifat dan karakter manusia dalam bersosialisasi melalui keterampilan sosial.

Ghaffara & Qodariah (2022) menemukan hasil penelitian bahwa *self-control* berhubungan secara positif dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar stray kids di Kota Bandung. Subjek pada penelitian tersebut adalah mahasiswa dengan usia 18-25 tahun, yang mana usia tersebut tergolong dalam kategori usia dewasa awal. Sehingga dengan usia subjek yang terbilang sama, dan hasil penelitian yang serupa yakni terdapat hubungan signifikan yang positif antara *self-control* dengan *celebrity worship*, maka penelitian yang dilakukan oleh Ghaffara & Qodariah tersebut dapat mendukung hasil dari penelitian ini.

Demikian pula pada penelitian oleh Amanda & Sulistiasih (2024) juga menunjukkan adanya hubungan positif signifikan antara variabel kontrol diri dan variabel *celebrity worship*, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.574 dan signifikansi ( $p$ ) sebesar 0.000. Penelitian tersebut mengatakan bahwa kontrol diri mampu mencegah dan mengendalikan tingkat perilaku *celebrity worship* pada diri individu.

Di samping itu, ada penelitian yang memperlihatkan arah hubungan berbeda. Penelitian oleh Fitriana (2019) menemukan bahwa kontrol diri mempunyai hubungan negatif dengan pemujaan terhadap idola oleh remaja penggemar K-pop di Kota Samarinda, dengan nilai koefisien korelasi ( $r$ ) -0.554 serta signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Perbedaan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan dimungkinkan karena kriteria usia subjek yang berbeda. Di mana pada masa remaja, individu akan lebih cenderung berusaha melakukan imitasi terhadap kelompoknya supaya dirinya dapat diterima.

*Celebrity worship* ialah suatu hubungan para-sosial, yakni hubungan satu arah di mana seorang individu mengetahui yang lain, tetapi yang lain tidak mengetahuinya (Maltby & Day, 2011). Sedangkan menurut Raviv *et al.*, (1996) definisi *celebrity worship* ialah bentuk kekaguman seorang penggemar terhadap selebriti dengan memuliakannya dalam intensitas yang tidak biasa. Dengan kata lain, *celebrity worship* ialah hubungan satu arah antara individu sebagai penggemar terhadap idolanya, di mana individu mengagumi idolanya dalam intensitas yang tidak biasa sehingga dapat mengarah ke perilaku obsesi. Obsesi tersebut dapat menimbulkan perilaku yang sangat luas, seperti menghabiskan waktu dan energi untuk mencari tahu detail aktivitas dari idola, kemudian ikut membela ketika idolanya dihina atau ketika idolanya mendapatkan *mistreatment* dari agensi, rela mengeluarkan uang untuk membeli album atau *merchandise* lain yang berkaitan dengan sang idola, hingga merasa bahwa idolanya adalah miliknya.

Menurut Mccutcheon *et al.*, (2002) gejala *celebrity worship* sering muncul saat usia remaja, dan seiring bertambahnya usia intensitasnya akan semakin menurun. Namun ditemukan beberapa penelitian yang membahas mengenai *celebrity worship* menunjukkan bahwa individu dengan usia dewasa awal masih terlibat dengan perilaku *celebrity worship*. Cahyani & Purnamasari (2018) mengatakan bahwa pada kenyataannya masih banyak orang yang berusia dewasa awal yang melaksanakan *celebrity worship* terhadap selebriti yang mereka idolakan.

Maltby *et al.*, (2005) membagi aspek *celebrity worship* menjadi tiga tingkatan, yakni *entertainment-social*, *intense-personal feeling*, serta *borderline-pathological tendency*. Aspek *entertainment-social* ialah bentuk pengidolaan yang berada pada tingkatan paling rendah, individu pada tahapan ini masih dikategorikan aman dalam mengidolakan selebriti. Bentuk perilakunya seperti mencari detail informasi mengenai idolanya, merasa bahagia ketika membicarakan idolanya terlebih dengan orang yang memiliki idola yang sama mendengarkan karya-karya idolanya sebagai bentuk dukungan, dan tidak jarang mereka termotivasi oleh karya-karya maupun kalimat-kalimat yang diutarakan oleh idolanya (Maharani & Rahmasari, 2022).

Tingkatan yang kedua ialah *intense-personal feeling*. elemen ini berikatan pada perasaan keterikatan seorang penggemar dengan idolanya. Individu akan memiliki empati yang kuat terhadap idolanya. Ketika idolanya sedang bahagia, ia akan turut berbahagia, pun ketika idolanya sedang mengalami sesuatu yang tidak baik, dirinya juga akan merasa tidak baik-baik saja. Tidak jarang juga individu merasa bahwa idolanya adalah pasangannya. Bentuk perasaan yang demikian, jika tidak segera disadari akan menimbulkan perilaku obsesif dan kompulsif. Perilaku kompulsif juga dapat dilihat ketika individu tidak dapat mengendalikan dirinya untuk membeli barang-barang yang berkaitan dengan idolanya untuk kesenangan sesaat (Maharani & Rahmasari, 2022).

Tingkatan yang terakhir yaitu *borderline-pathological tendency*. Tingkat pengidolaan tersebut berada pada level paling tinggi. Individu pada tingkatan ini akan bersedia melakukan apapun demi selebriti yang ia idolakan. Ia juga tidak peduli jika harus melanggar hukum demi mencapai keinginannya yang berkaitan dengan selebriti yang ia idolakan. Hingga ia akan melakukan sesuatu yang dapat melanggar privasi dari idolanya sendiri, ia tidak segan membuntuti kemanapun idolanya pergi, bahkan sampai melakukan pengancaman terhadap idolanya supaya keinginannya dapat dipenuhi. Penggemar yang demikian disebut dengan istilah *sasaeng*. Individu pada tingkatan ini cenderung tidak mampu mengendalikan dirinya.

Individu usia dewasa awal yang masih melakukan *celebrity worship* secara intens dapat menjadikan individu tersebut tidak melaksanakan tugas perkembangannya secara maksimal. Menurut Santrock (2012) tugas perkembangan pada masa dewasa awal ialah membangun hubungan akrab dengan orang lain. Begitu pula pendapat dari Hurlock (1980) yang mengatakan bahwa tugas perkembangan masa dewasa awal sangat berkaitan dengan eksistensi individu dalam masyarakat. Sedangkan individu yang melakukan *celebrity worship* cenderung kurang seimbang dalam melindungi batasan antara dunia nyata serta dunia maya, di mana mereka akan lebih nyaman membangun relasi melalui dunia maya. Sehingga hal tersebut dapat memengaruhi individu dewasa awal dalam memenuhi tugas perkembangannya mengenai menjalin hubungan akrab dengan masyarakat sekitar.

Oleh karenanya sebagai upaya melaksanakan tugas perkembangannya secara maksimal, kontrol diri yang baik memiliki peranan penting bagi individu dewasa awal. Hal tersebut dapat membantu individu untuk mengarahkan seluruh perilakunya supaya lebih terarah. Sesuai dengan pendapat dari Gunarsa (2004) yang mengatakan bahwasanya terdapat faktor yang berpengaruh terhadap *celebrity worship* yaitu kontrol diri. Seorang penggemar K-pop perlu memiliki kontrol diri supaya dapat mengatur perilakunya serta dapat menahan diri dari melakukan tindakan yang melanggar norma-norma sosial di lingkungannya. Sejalan dengan pendapat Sanjaya & Rahmasari (2023) bahwa kontrol diri yang rendah dapat menimbulkan

perilaku *celebrity worship* pada individu. Tangney *et al.*, (2004) menjelaskan kontrol diri sebagai kapasitas individu dalam mengubah dan beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya sehingga mampu mencapai kesesuaian yang optimal. Dengan kata lain, kontrol diri ialah kemampuan individu untuk memastikan tingkah lakunya terkendali. Ketika seseorang mampu melakukan kontrol diri, maka ia akan mudah menyesuaikan pribadinya terhadap lingkungan di mana ia berada.

Individu yang mampu mengontrol dirinya akan memahami batasan-batasan dalam menjadi penggemar K-pop. Ia akan lebih bijaksana dalam menjaga kedisiplinan dan bertindak sesuai dengan skala prioritas, dengan kata lain ia dapat memfokuskan dirinya untuk menyelesaikan kewajibannya dan tidak mudah terganggu dengan kegiatannya sebagai penggemar K-pop. Ia juga akan lebih berhati-hati dan memikirkan segala hal secara tepat, misalnya ia mampu menahan diri untuk tidak membelanjakan uangnya secara impulsif hanya untuk barang-barang yang berkaitan dengan idolanya demi kesenangan sesaat. Dan yang terpenting ia dapat lebih memfokuskan diri untuk memenuhi tugas perkembangannya yaitu membangun interaksi yang positif dengan orang-orang disekitarnya secara maksimal.

## Kesimpulan

Penelitian ini diselenggarakan dengan tujuan mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku *celebrity worship* pada penggemar K-pop dewasa awal, yang mana pada penelitian yang telah dilakukan ini mendapatkan 130 partisipan. Pada hasil pengujian korelasi menunjukkan nilai signifikansi  $p$  sebesar 0.003 ( $p < 0.05$ ), maka bisa ditarik kesimpulan bahwasanya ada hubungan signifikan antara variabel kontrol diri dan *celebrity worship*. Nilai koefisien korelasi yang didapatkan sebesar 0.255 ( $r = 0.255$ ), nilai tersebut terdapat pada interval koefisien 0.20-0.399 yang bermakna ada hubungan yang rendah pada kedua variabel tersebut, serta nilai yang positif tersebut menandakan bahwasanya kedua variabel memiliki arah hubungan yang positif atau searah. Artinya, memperlihatkan bahwa hubungan antara kontrol diri dengan *celebrity worship* pada penelitian ini bersifat positif. Hubungan positif ini dimaknai semakin tinggi kontrol diri, maka semakin tinggi pula *celebrity worship*, dan kebalikannya. Oleh karena itu, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak serta hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima.

## Saran

Berdasarkan paparan temuan penelitian ini, disarankan bagi para penggemar K-pop berusia dewasa awal agar lebih memahami batasan mengenai dunia nyata dengan dunia maya, supaya individu dapat lebih fokus untuk membangun relasi dan berinteraksi dengan orang yang ada disekitar. Individu juga dapat menerapkan *self-management* dengan memahami skala prioritas dalam menghabiskan waktu ataupun materinya. Strategi yang dapat digunakan adalah *self-monitoring*, yaitu dengan mengatur dan membagi waktu antara kewajiban dengan kegiatan pengidolaan, berperilaku baik terhadap orang lain meskipun berbeda pandangan, dan mengidolakan tokoh K-pop secara wajar supaya tidak berlebihan dan mengarah kepada perilaku yang tidak terkendali.

Saran bagi peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan mendalami kedua variabel ini yaitu kontrol diri dan *celebrity worship*, disarankan untuk memperhatikan referensi terbaru yang akan dijadikan sebagai rujukan. Selain itu, dapat memperluas dan mengembangkan cakupan penelitian dengan mengimplikasikan sampel yang beraneka ragam dari berbagai komunitas dan daerah. Serta dapat juga melakukan pengembangan metode dan memperdalam latar belakang dari permasalahan.

## Daftar Pustaka

- Amanda, S. F., & Sulistiasih. (2024). Hubungan antara kontrol diri dengan celebrity worship pada penggemar K-pop dewasa awal di Kota Bekasi. *Journal On Teacher Education*, 5(3), 156–164. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jote.v5i3.25805>
- Azizah, F. N., & Indrawati, E. S. (2015). Kontrol diri dan gaya hidup hedonis pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 4(4), 156–162. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/empati.2015.14313>
- Cahyani, D., & Purnamasari, Y. (2018). Celebrity worship on early adult K-pop fangirling. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 304, 167–170. <https://doi.org/10.2991/acpch-18.2019.41>
- Dayana, & Zahara, W. F. (2020). Pengaruh terpaan drama serial Korea pada aplikasi Viu terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan mahasiswa Universitas Sumatera Utara. *Komunika*, 16(2), 1–9. <https://doi.org/10.32734/komunika.v16i2.4755>
- 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(2), 291–300. <https://doi.org/10.24843/jpu.2019.v06.i02.p08>
- Fitriana, M. (2019). Hubungan kontrol diri dengan pemujaan terhadap idola Pada remaja penggemar K-pop. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 450–456. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i3.4804>
- Ghaffara, A., & Qodariah, S. (2022). Hubungan self-control dengan celebrity worship pada mahasiswa penggemar Stray kids di Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(1), 439–445. <https://doi.org/10.29313/bcps.v2i1.1227>
- Ghufron, M. N., & Risnawita, R. (2020). *Teori-teori psikologi*. Ar-Ruzz Media.
- Gunarsa, S. D. (2004). *Psikologi praktis: Anak, remaja dan keluarga*. Gunung Mulia.
- Hapsari, D. J. R., & Sumaryanti, I. U. (2022). Hubungan celebrity worship dengan problematic social media use pada penggemar BTS di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(1), 92–98. <https://doi.org/10.29313/bcps.v2i1.523>
- Hermadana, H. (2020). Keterampilan sosial dengan pemujaan selebriti pada penggemar K-pop dewasa awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 462–471. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i3.5364>
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan* (Edisi Kelima) (Istiwidayanti & Soedjarwo, penerjemah). Penerbit Erlangga.
- Jannah, M. (2018). *Metode penelitian kuantitatif untuk Psikologi*. Unesa University Press.
- Maharani, A. D. M., & Rahmasari, D. (2022). Gambaran psikologis celebrity worship pada penggemar Bts (Bangtan boys). *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(8), 34–43. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/49284>

- Maltby, J., & Day, L. (2011). Celebrity worship and incidence of elective cosmetic surgery: Evidence of a link among young adults. *Journal of Adolescent Health, 49*(5), 483–489. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.12.014>
- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British Journal of Health Psychology, 10*, 17–32. <https://doi.org/10.1348/135910704X15257>
- Maltby, J., Houran, J., Lange, R., Ashe, D., & McCutcheon, L. E. (2002). Thou shalt worship no other gods - Unless they are celebrities: The relationship between celebrity worship and religious orientation. *Personality and Individual Differences, 32*(7), 1157–1172. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(01\)00059-9](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(01)00059-9)
- Mccutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology, 93*, 67–87. <https://doi.org/10.1348/000712602162454>
- Putri, I. V. (2022, October 22<sup>nd</sup>). *Ngeri, 5 kelakuan sasaeng fans ini bikin member NCT geram*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5104133/ngeri-5-kelakuan-sasaeng-fans-ini-bikin-member-nct-geram>
- Putri, S. A. W. (2023, March 16<sup>th</sup>). *Taeyong NCT ditelepon sasaeng fans kode nomor +62, langsung ramai jadi sorotan*. Merdeka. <https://www.merdeka.com/artis/taeyong-nct-ditelepon-sasaeng-fans-kode-nomor-62-langsung-ramai-jadi-sorotan.html>
- 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*(5), 631–650. <https://doi.org/10.1007/BF01537358>
- Sanjaya, R., & Rahmasari, D. (2023). Kontrol diri Kpopers yang mengalami celebrity worship syndrome. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi, 10*(01), 409–426. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/53567>
- Santoso, S. (2012). *Panduan lengkap spss versi 20*. Elex Media Komputindo.
- Santrock, J. W. (2012). *Perkembangan masa hidup jilid I (Ketigabelas)* (B. Wisdyasinta, penerjemah). Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality, 2*(72), 271–322.
- Tim CNN. (2022, January 26<sup>th</sup>). *Indonesia jadi negara dengan K-poper terbesar di Twitter*. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter>