

**DINAMIKA *CELEBRITY WORSHIP* PADA
PENGGEAR K-POP**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Psikologi**

OLEH :

NATASYHA

04041382025061

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS KEDOKTERAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

INDRALAYA

2024

HALAMAN PENGESAHAN

DINAMIKA *CELEBRITY WORSHIP* PADA PENGGEMAR K-POP

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh

NATASYHA

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 26 November 2024

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing I



Angeline Hosana Z. T., S.Psi., M.Psi
NIP. 198704152018032001

Dosen Pembimbing II



Rosada Dwi Iswari, M.Psi., Psikolog
NIP. 199010282018032001

Dosen Penguji I



Ayu Purnamasari, S.Psi., MA
NIP. 198612152015042004

Dosen Penguji II



Yeni Anna Appulembang, S.Psi., MA., Psy
NIP.198409222018032001

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Selasa, 26 November 2024



Savang Ajeng Mardhiyah, S.Psi., M.Si
NIP. 197805212002122004

LEMBAR PERSETUJUAN

UJIAN SKRIPSI

Nama : Natasyha
NIM : 04041382025061
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Kedokteran
Judul Skripsi : *Dinamika Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop*

Indralaya, 26 November 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Skripsi I

Dosen Pembimbing Skripsi II



Angeline Hosana Z. T., S.Psi., M.Psi
NIP. 198704152018032001



Rosada Dwi Iswari, M.Psi., Psikolog
NIP. 199010282018032001

Mengetahui,

Ketua Bagian Program Studi Psikologi



Savante Areng Mardhiyah, S.Psi., M.Si
NIP. 197805212002122004

SURAT PERNYATAAN

Saya, Natasyha, dengan disaksikan oleh tim penguji skripsi dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya sendiri dan belum pernah diajukan sebelumnya untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun. Tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Apabila terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan, maka saya bersedia untuk dicabut derajat kesarjanaannya.

Indralaya, 15 November 2024

Peneliti,



Natasyha

NIM. 04041382025061

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan penuh keikhlasan, karya penelitian ini kupersembahkan kepada:

Diri sendiri

Untuk Natasyha, terima kasih karena selalu siap bertahan melewati segala tantangan selama proses penelitian skripsi ini. Untuk setiap malamnya yang berusaha mengurangi *overthinking* akan beban keluarga, tetesan air mata yang terkadang menetes diam-diam, serta jiwa semangat yang selalu menerangi meskipun rintangan seringkali datang. Terima kasih Nata... Terima kasih karena telah percaya bahwa Nata mampu menyelesaikannya, bahkan ketika keraguan terkadang melintas. Skripsi ini adalah bukti bahwa kerja keras dan usaha Nata tak sia-sia.

Keluarga tercinta

Untuk keluarga tercinta “*Riva’i Family*”, terima kasih karena tidak pernah berhenti memberikan doa, dukungan, dan dorongan untuk bisa menyelesaikan penelitian skripsi ini. Terima kasih atas kasih sayang yang tak terukur dan kepercayaan yang tak tergoyahkan pada anak, adik, dan keponakanmu ini. Cinta dan kasih sayang dari kalian adalah motivasi terbesar peneliti untuk terus menguatkan hingga hari ini.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

- Qs Al-Baqarah : 286 -

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur terhadap Allah SWT yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Dinamika *Celebrity Worship* pada Penggemar K-pop” tepat pada waktunya. Peneliti juga mendapat banyak dukungan dan bantuan selama proses penyelesaian skripsi ini. Peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Sriwijaya, Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE. M.Si.
2. Dekan Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya, Bapak dr. H. Syarif Husin, M.S.
3. Ketua Bagian Program Studi Psikologi Universitas Sriwijaya, Ibu Sayang Ajeng Mardhiyah, S.Psi., M.Si.
4. Koordinator Program Studi Psikologi Universitas Sriwijaya, Ibu Marisya Pratiwi, M.Psi., Psikolog.
5. Dosen Pembimbing I, Ibu Angeline Hosana Z. Tarigan, S.Psi., M.Psi yang telah membimbing dan memberikan bantuannya dengan tulus kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen Pembimbing II, Ibu Rosada Dwi Iswari, M.Psi., Psikolog yang selalu sabar dalam memberikan masukan dan pendapatnya pada peneliti demi kelancaran skripsi ini.
7. Keluarga tersayang dan terkasih, Ibu, Bunda, Ayah, Nek Ino, Abang Riki, Mba Ririn, dan Abang Fajar. Terima kasih untuk kasih sayang, semangat dan motivasi-motivasi yang diberikan, segala dukungannya baik secara material

maupun *non-material*, doa-doa yang tulus, serta selalu sabar menunggu peneliti untuk berproses dalam menyelesaikan penelitiannya

8. Adik-adik sepupu tercinta, Anisah, Elza, dan Rafella. Terima kasih atas motivasi, kasih sayang, humor-humor yang selalu membuat tertawa, serta dukungan lainnya selama berada di kos.
9. Sahabat terbaik dan tersayang Fatrin, Aliyah, Iyak, Qatrun, Waktun, dan Anabela yang selalu ada untuk peneliti dalam keadaan senang, sedih, maupun susah serta berkenan bertahan bersahabat selama bertahun-tahun.
10. Sahabat tercinta peneliti para RBL. Terima kasih untuk canda tawa yang sudah diberikan selama ini, pertemanan yang tulus dan baik, serta segala dukungan yang diberikan.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan dan penulisan proposal penelitian skripsi ini, dikarenakan masih minimnya pengalaman dan pengetahuan. Oleh karena itu, peneliti menerima dan mengharapkan kritik serta saran yang sifatnya membangun sehingga dapat menambah pemikiran baru, kualitas penelitian yang lebih baik dan sempurna lagi di masa yang akan datang.

Indralaya, 15 November 2024

Peneliti,



Natasyha

NIM. 04041382025061

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	24
C. Tujuan Penelitian	24
D. Manfaat Penelitian	24
E. Keaslian Penelitian.....	25
BAB II LANDASAN TEORI	31
A. <i>Celebrity Worship</i>	31
1. Pengertian <i>Celebrity Worship</i>	31
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Celebrity Worship</i>	32
3. Aspek <i>Celebrity Worship</i>	34
B. Penggemar K-pop	37
1. Pengertian K-pop	37
2. Sejarah K-pop	38
3. Faktor yang Mempengaruhi Individu Menggemari K-pop.....	40
C. Perspektif Teoritis	42
D. Pertanyaan Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN	45

A. Pendekatan Penelitian	45
B. Sumber Data.....	46
1. Subjek Penelitian	46
2. Informan Tahu	47
3. <i>Written dan Unwritten Document</i>	48
C. Metode Pengumpulan Data.....	48
1. Wawancara.....	48
2. Observasi.....	49
3. Dokumentasi	50
D. Analisis dan Interpretasi Data.....	50
E. Validitas dan Verifikasi Data.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Observasi Umum	55
1. Subjek 1: FAR.....	55
2. Subjek 2: NA.....	57
3. Subjek 3: SNZ.....	59
B. Orientasi Kancah.....	61
C. Pelaksanaan Penelitian.....	62
D. Hasil Penelitian Subjek	66
1. Subjek 1: FAR.....	66
2. Subjek 2: NA.....	88
3. Subjek 3: SNZ.....	107
E. Dinamika Psikologis Subjek 3: SNZ	127
1. Subjek 1: FAR.....	127
2. Subjek 2: NA.....	133
3. Subjek 3: SNZ.....	138
F. Diskusi dan Pembahasan.....	142
1. Dinamika perilaku <i>celebrity worship</i> yang muncul pada subjek.....	142
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi subjek dalam pengidolaan.....	148
3. Pandangan subjek terhadap kegiatan pengidolaan di masa depan.....	152
G. Temuan di Luar Penelitian.....	153

1. Istilah ‘ <i>Fanbase</i> ’	153
2. Istilah ‘ <i>Vote/Voting</i> ’	154
3. Acara musik ‘ <i>Music Shows</i> ’	154
4. Aplikasi ‘ <i>Weverse</i> ’	155
5. <i>Membership</i>	155
6. Istilah ‘ <i>Stan</i> ’	156
7. <i>Photocard</i>	156
8. <i>GO (Grup Order)</i>	157
9. Istilah ‘ <i>Selca</i> ’	157
10. Kegiatan pengidolaan ‘ <i>Noraebang</i> ’	157
11. Istilah ‘ <i>Comeback</i> ’	158
H. Kelemahan Penelitian	158
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	161
A. Kesimpulan	161
B. Saran	162
DAFTAR PUSTAKA.....	166
DAFTAR LAMPIRAN.....	174
LAMPIRAN A.....	175
Format Informed Consent dan Identitas Responden	175
LAMPIRAN B	192
Bukti Kegiatan Pengidolaan K-Pop dan Proses Wawancara	192
LAMPIRAN C	202
Verbatim Subjek 1: FAR.....	202
HORIZONTALIZING: SUBJEK FAR	260
CLUSTERING THE HORIZONS INTO THEMES: SUBJEK FAR	289
LAMPIRAN D.....	311
Verbatim Subjek 2: NA.....	311
HORIZONTALIZING: SUBJEK NA	358
CLUSTERING THE HORIZONS INTO THEMES: SUBJEK NA	79
LAMPIRAN E	406
Verbatim Subjek 3: SNZ.....	406

HORIZONTALIZING: SUBJEK SNZ	462
CLUSTERING THE HORIZONS INTO THEMES: SUBJEK SNZ	79
LAMPIRAN F	517
Verbatim Informan Pelaku 1: PA.....	517
LAMPIRAN G.....	535
Verbatim Informan Tahu 1: NAD.....	535
LAMPIRAN H.....	546
Verbatim Informan Tahu 2: DAS.....	546
LAMPIRAN I	559
Verbatim Informan Tahu 3: MA	559
LAMPIRAN J	568
<i>Framework</i> Subjek	568
LAMPIRAN K.....	577
Pertanyaan Wawancara: Subjek dan Informan	577

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Postingan beberapa akun Twitter mengenai penggemar K-pop yang menguntit idol saat konser di Indonesia.....	193
Gambar 1.2. Postingan salah satu akun Twitter mengenai penggemar K-pop di Indonesia yang spam call idol SF9	193
Gambar 2.1. Kegiatan Fangirling Informan Pelaku PA.....	194
Gambar 2.2. Fanbase yang diikuti Informan Pelaku PA.....	194
Gambar 2.3. Informan Pelaku PA mengikuti konser	194
Gambar 2.4. Transaksi pembelian tiket konser Informan Pelaku PA.....	194
Gambar 2.5. Beberapa koleksi merchandise Informan Pelaku PA	195
Gambar 2.6. Playlist musik Informan Pelaku PA terkait K-Pop dan idolanya... ..	195
Gambar 3.1. Kegiatan Fangirling Subjek FAR.....	195
Gambar 3.2. Fanbase yang diikuti Subjek FAR	196
Gambar 3.3. Subjek FAR mengikuti konser	196
Gambar 3.4. Transaksi pembelian tiket konser Subjek FAR.....	197
Gambar 3.5. Beberapa koleksi merchandise Subjek FAR.....	197
Gambar 3.6. Playlist musik Subjek FAR terkait K-Pop dan idolanya.....	197
Gambar 4.1. Kegiatan Fangirling Subjek NA.....	198
Gambar 4.2. Fanbase yang diikuti Subjek NA.....	198
Gambar 4.3. Subjek NA mengikuti konser	198
Gambar 4.4. Transaksi pembelian tiket konser Subjek NA.....	199
Gambar 4.5. Beberapa koleksi merchandise Subjek NA.....	199
Gambar 4.6. Playlist musik Subjek NA terkait K-Pop dan idolanya.....	199
Gambar 5.1. Kegiatan Fangirling Subjek SNZ.....	200
Gambar 5.2. Fanbase yang diikuti Subjek SNZ.....	200
Gambar 5.3. Subjek SNZ mengikuti konser	200
Gambar 5.4. Transaksi pembelian tiket konser Subjek SNZ.....	200
Gambar 5.5. Beberapa koleksi merchandise Subjek SNZ	201
Gambar 5.6. Playlist musik Subjek SNZ terkait K-pop dan idolanya	201

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Calon Subjek Mortal	63
Tabel 4.2. Subjek dan Informan dalam Penelitian	64
Tabel 4.3. Informan Tahu	64
Tabel 4.4. Jadwal Pengambilan Data	65
Tabel 4.5. Framework subjek FAR.....	66
Tabel 4.6. Framework subjek NA.....	88
Tabel 4.7. Framework subjek SNZ.....	107
Tabel 4.8. Pemetaan subjek: celebrity worship pada penggemar K-pop.....	127
Tabel 4.9. Framework gabungan ketiga subjek	142

DINAMIKA CELEBRITY WORSHIP PADA PENGGEMAR K-POP
Natasyha¹, Angelina Hosana Z Tarigan², Rosada Dwi Iswari³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dinamika *celebrity worship* pada penggemar K-pop. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Subjek dalam penelitian ini diambil secara *purposive sampling* pada tiga orang. Kriteria subjek dalam penelitian ini diantaranya penggemar K-pop berjenis kelamin perempuan, berusia antara 20-25 tahun, penggemar aktif dalam mencari informasi terkait idola, mengikuti fanbase atau komunitas K-pop, memiliki koleksi atau barang terkait idola, pernah mengikuti kegiatan pengidolaan secara langsung setidaknya satu kali dalam satu tahun terakhir, minimal pengeluaran di atas satu juta selama menjadi K-popers, serta telah menjadi K-popers selama minimal dua tahun.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek *celebrity worship* pada penggemar K-pop sebagian besar didominasi oleh aspek *entertainment social* dan *intense personal feeling*, dimana idola menjadi sumber hiburan, media interaksi sosial, dan membangun ikatan emosional yang mendalam. Selain itu, indikasi perilaku terkait aspek *borderline pathological* juga ditemukan pada subjek, diantaranya muncul perilaku ego dan kurang empati, bertindak tanpa pertimbangan matang, serta pengeluaran aktivitas pengidolaan yang dilakukan ketiga subjek yang berlebihan yakni lebih dari lima juta rupiah selama menjadi penggemar atau K-popers. Lalu, didapatkan beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat *celebrity worship* penggemar yakni dukungan dari keluarga terutama orang tua, daya tarik fisik, serta bakat idola K-pop meliputi gerakan *dance* dan koreografi. Sehingga, aktivitas pengidolaan seperti menghadiri konser dan pembelian *merchandise* menjadi bagian penting dari kehidupan penggemar. Hingga saat ini ketiga subjek tetap aktif dan belum ada keinginan untuk berhenti dari kegiatan pengidolaan.

Kata kunci: Celebrity Worship, Penggemar K-pop, Pengidolaan

¹Mahasiswa Program Studi Psikologi FK Universitas Sriwijaya

^{2,3}Dosen Program Studi Psikologi FK Universitas Sriwijaya

Dosen Pembimbing I



Angelina Hosana Z. Tarigan, S.Psi., M.Psi
NIP. 198704152018032001

Dosen Pembimbing II



Rosada Dwi Iswari, M.Psi., Psikolog
NIP.199010282018032001

Mengetahui,
Ketua Bagian Psikologi

Savang Arang Mardhiyah, S.Psi., M.Si
NIP.197805212002122004



THE DYNAMICS OF CELEBRITY WORSHIP AMONG K-POP FANS

Natasyha¹, Angelina Hosana Z Tarigan², Rosada Dwi Iswari³

ABSTRACT

This study aims to determine the dynamics of celebrity worship among K-pop fans. This study employed qualitative research method. The subjects in this study were taken by purposive sampling of three peoples. The subjects criteria include female K-pop fans, aged between 20-25 years, actively seeking information about idols, participating in fanbases or K-pop communities, having a collection or items related to idols, attending idol-related events at least once in the past year, spending at least one million during their time as K-poppers, and having been K-poppers for at least two years.

The findings indicate that celebrity worship among K-pop fans is predominantly influenced by entertainment social and intense personal feeling aspects, where idols serve as sources of entertainment, social interaction, and deep emotional connection. Additionally, behaviors associated with the borderline pathological aspect were identified among the subjects, such as egocentric tendencies, lack of empathy, impulsive actions, and excessive spending on idol-related activities exceeding five million during their fandom. Furthermore, several factors affecting the level of celebrity worship include family support, especially from parents, physical attractiveness of idols, and their talents, such as dance movements and choreography. Consequently, activities like attending concerts and purchasing merchandise have become integral part of fans live. Currently, all three subjects remain actively and show no intention of ceasing these activities.

Keywords: Celebrity Worship, K-pop fans, Idolization

¹Student of Psychology Departement of Medical Faculty, Sriwijaya University

^{2,3}Lecture of Psychology Departement of Medical Faculty, Sriwijaya University

Dosen Pembimbing I



Angelina Hosana Z. Tarigan, S.Psi., M.Psi
NIP. 198704152018032001

Dosen Pembimbing II

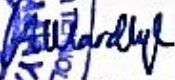


Rosada Dwi Iswari, M.Psi., Psikolog
NIP.199010282018032001



Mengetahui,

Ketua Bagian Psikologi



Sayang Aieng Mardhiyah, S.Psi., M.Si
NIP.197805212002122004

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan era globalisasi saat ini semakin menekan pada proses akulturasi budaya, yang sebagaimana telah diketahui bahwa pertukaran budaya antar negara sudah menjadi sangat familiar di kalangan masyarakat luas terutama di Indonesia. Menurut Lee, Jung, Nathan, dan Chung (2020) masuknya nilai-nilai dan budaya dari suatu negara ke negara lainnya membuat semakin kaya suatu budaya lokal negara tersebut, terutama jika melakukan hibridisasi budaya lokal dan global dengan waktu yang bersamaan.

Hibriditas budaya mempromosikan dan memperkuat keanekaragaman budaya sebagai sarana mencapai keberlanjutan budaya dengan menerima budaya global sekaligus menjaga identitas budaya lokal, salah satu contoh dari hibriditas budaya yang paling populer dari Korea Selatan disebut dengan *Korean Wave* atau *Hallyu* dalam *hangeul* bahasa Korea (Lee, dkk 2020). Menurut Larasati (2018) hibriditas budaya Indonesia selama ini sering dikaitkan dengan negara-negara Barat atau yang disebut dengan Westernisasi, kemudian keduanya sangat berkaitan karena globalisasi menjadi salah satu cara dan strategi negara-negara Barat untuk menyebarkan produk dan pengaruh mereka khususnya dalam bidang kebudayaan.

Meskipun sebelumnya di dominasi oleh kebudayaan Barat, namun seiring waktu muncul fenomena baru dalam era globalisasi ini, yaitu *Korean Wave* atau *Hallyu* yang dimana sebagai bentuk hibriditas budaya dari Asia (Valentinda & Istriyani, 2013). Meskipun terdapat unsur budaya Barat dalam *Korean Wave* akibat

efek Westernisasi yang sudah berkembang sebelumnya, saat ini *Korean Wave* juga menjadi tren tersendiri di berbagai negara yang dibuktikan oleh budaya pop Korea yang berhasil memasuki pasar global dan bersaing dengan budaya Barat (Larasati, 2018).

Menurut Andina (2019) meningkatnya popularitas K-pop menjadi bagian perkembangan dari *Korean Wave* atau *Hallyu* dengan memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan budaya K-pop ke dunia Internasional, sehingga industri musik Korea dapat menjangkau publik yang lebih luas. Larasati (2018) juga menambahkan bahwa *Korean Wave* terdiri dari beberapa konten kebudayaan yang menjadi salah satu komoditas ekspor utama bagi Korea Selatan, lalu banyak dikenal di kalangan penggemar antaranya yakni film, drama televisi (K-drama), musik (K-pop) dan K-fashion. *Korean Wave* atau *Hallyu* adalah aliran budaya transnasional yang paling populer oleh media Asia dan budaya pop (Ju, 2018).

Kepopuleran *Korean Wave* atau *Hallyu* terus meningkat di Indonesia sejak awal tahun 2000-an, awalnya dimulai dengan penayangan sebuah drama Korea di televisi nasional Indonesia seperti “Winter Sonata” dan “Full House”, drama ini mendapatkan rating dan popularitas tinggi sehingga mampu menarik perhatian penonton Indonesia dan membuka jalan bagi industri budaya Korea lainnya, seperti musik K-pop dan K-fashionnya (Jeong, Lee, & Lee, 2017).

Menurut Rahmiati (2012) tren K-fashion sangat terlihat di Indonesia yang dimana banyak penggemar yang meniru gaya berpakaian, riasan, bahkan tata rambut yang diperkenalkan melalui berbagai media sosial dan platform lainnya. Selain itu, pada hal bahasa pun sudah banyak penggemar yang mulai belajar bahasa

Korea agar dapat memahami makna lagu K-pop ataupun dialog yang ada dalam K-drama, bahkan beberapa institusi pendidikan juga sudah mulai tertarik untuk menawarkan sebuah kursus bahasa Korea agar bisa menjadi bagian dari Kurikulum tersebut.

Aliran musik dari Korea Selatan atau K-pop telah menjadi salah satu genre musik yang paling populer dan para penyanyi K-pop sering disebut sebagai idol (Efathania & Aisyah, 2019). Menurut Cheung dan Yue (2000) *idol* atau bintang pop merupakan tokoh yang memiliki bakat, pencapaian, status, atau penampilan fisik yang dikenali dan dihargai serta berperan di industri hiburan dan populer di kalangan orang-orang terutama generasi muda. Pengaruh ini menunjukkan kekuatan *soft power* Korea Selatan dalam menyebarkan budayanya ke seluruh dunia, termasuk Indonesia.

Pada data Kumparan.com (2021) Idol K-pop tidak hanya yang tergabung dalam suatu grup, namun para idol solo juga merupakan bagian dari K-pop dan setiap idol memiliki fandom masing-masing seperti STAY (Stray Kids), U-ana (IU), dan ReVeluv (Red Velvet). Selain itu, berdasarkan sumber data yang didapatkan dari lifestyle.sindonews.com (2023) penggemar K-pop di Indonesia juga turut tergabung pada fanbase dan komunitas besar lainnya yang berkaitan dengan penggemar K-pop ini sendiri di antaranya ARMY, EXO-L, BLINK, NCTzen, dan TEUME.

Penelitian dari Haryono (2019) menunjukkan bahwa komunitas penggemar K-pop, salah satunya yakni *Hallyu Up! Edutainment* memainkan peran penting dalam keputusan pembelian seperti *merchandise* K-pop, sehingga fanbase ataupun

komunitas K-pop di Indonesia dapat mempengaruhi intensitas keterlibatan penggemar dengan suatu produk-produk budaya Korea dan menjadi ciri khas penggemar yang signifikan sebagai pengaruh dari *Hallyu* atau *Korean Wave*.

Kemudian, berdasarkan sumber data yang ditemukan pada liputan6.com (2022) didapatkan bahwa per Desember 2021 jumlah penggemar K-pop di seluruh dunia lebih dari 156,6 juta orang penggemar. Namun, di tahun 2022 hingga sekarang diperkirakan sudah menyentuh di atas 200 juta orang penggemar, hal ini terjadi dikarenakan semakin bertumbuhnya industri K-pop, luasnya jangkauan promosi, serta kualitas dan performa industri K-pop yang semakin baik. Berkaitan dengan hal tersebut, menurut data statistik dari goodstats.id (2022) yang bersumber dari Twitter, Indonesia menjadi negara nomor satu dengan jumlah penggemar K-pop terbanyak dan terbesar di dunia pada tahun 2021 lalu.

Menurut Nafeesa dan Novita (2021) *Hallyu* atau *Korean Wave* semakin dikenal dan terus mengalami peningkatan jumlah penggemar tanpa adanya penurunan popularitas sejak tahun 2009 hingga saat ini. Di Indonesia, dengan munculnya *Korean Wave* banyak penggemar yang terpengaruh dan mengikuti tren K-pop para idolanya seperti meniru gaya berpakaian (*style*), belajar memahami penggunaan bahasa Korea dalam percakapan sehari-hari, semakin banyaknya makanan khas Korea yang mudah ditemukan di berbagai kota, serta mengikuti tren penggunaan *skincare* dari Korea (Kustiawan, Efendi, Candra, & Zein, 2023).

Pengaruh *Korean Wave* ini terjadi karena adanya keterlibatan penggemar, dimana kedekatan emosional yang dirasakan semakin besar sehingga penggemar meniru perilaku atau pesan yang disampaikan oleh para idola mereka (Chung &

Cho, 2017). Idola K-Pop tidak hanya dianggap sebagai artis atau idol, tetapi juga sebagai ikon suatu budaya yang memiliki pengaruh besar terhadap *fashion*, gaya hidup, dan nilai-nilai sosial penggemar mereka (Oh & Park, 2020). Menurut Gillespie (2017) idola merupakan seseorang yang dianggap ideal, menginspirasi, serta berperan dalam pembentukan identitas dan norma sosial pengikutnya. Idola juga sering kali mencerminkan dan memperkuat nilai-nilai budaya populer, serta memiliki pengaruh besar terhadap penggemar dan masyarakat luas (Jung & Kim, 2021).

Selebriti atau idola dapat menjadi *role model* bagi para dewasa awal untuk membentuk jati diri mereka, serta sebagai panutan untuk menginspirasi dan mempengaruhi berbagai bidang kehidupan para penggemarnya (Boon & Lomore, 2001). Menurut penelitian Hakim, Mardhiyah, Novtadijanto, Nurkholifah, Ramdani, dan Amri (2021) individu akan meniru seseorang yang menjadi *role model* dirinya sehingga identitas diri yang terbentuk akan memiliki kesamaan dengan idolanya tersebut. Namun banyak peneliti menyebutnya sebagai idola panutan atau *idol reference* yang mana sebagai bentuk pendeskripsian sebuah figur (McEvoy & Erikson, 1981).

Kecenderungan penggemar untuk ingin memiliki keterikatan dengan selebriti yang dikaguminya dan kemudian mengarah pada perilaku yang tidak sehat atau disfungsi disebut dengan *celebrity worship* (Rojek, 2012). Jika rasa kagum terhadap idola terus berlanjut, kemungkinan untuk menyukai secara berlebihan terhadap idola tidak dapat dihindari dan hal ini bisa menyebabkan munculnya perilaku *celebrity worship* (Ningsih, 2021). *Celebrity worship* merupakan suatu

kondisi seorang penggemar yang menjadi terobsesi dan tertarik tentang kehidupan pribadi idolanya (McCutcheon, Lange, & Houran, 2002).

Selain itu, Maltby, Houran, dan McCutcheon (2003) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai suatu perilaku tidak normal yang bersifat obsesif yang ada pada diri fans atau penggemar untuk terlibat secara penuh dalam kehidupan idolanya dan terbawa dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Puspitosari (2009) obsesi adalah sebuah impuls, ide, dan pikiran yang mengganggu dan terjadi berulang kemudian muncul dengan sendirinya dan tidak dapat dikendalikan. Sedangkan, menurut Howe (2016) obsesi merupakan perilaku yang umumnya dikaitkan dengan hubungan sosial, dimana individu memiliki hubungan interpersonal yang kurang sehat dan banyak terjadi konflik.

Menurut Maltby, Houran, dan McCutcheon (2003) *celebrity worship* memiliki tiga aspek antara lain *entertainment-social* yaitu penggemar tertarik dengan idolanya karena kemampuan yang dimiliki idolanya dalam menghibur penggemarnya. Menurut Jia, Yang, Liu, Song, dan Wang (2023) ketertarikan perilaku yang ditunjukkan penggemar dapat ditandai dengan memperoleh hiburan dari idolanya tersebut seperti berpartisipasi dalam fanbase atau komunitas, menghadiri konser, berbagi kabar tentang idola, ataupun terlibat di platform media sosial lainnya yang melibatkan idola favorit penggemar tersebut. Maltby (Adiesia & Sofia, 2021) selain itu, aktivitas hiburan yang dilakukan penggemar di media sosial bisa juga seperti membicarakan idolanya bersama penggemar lain yang mana sebagai wujud ketertarikan mereka.

Selanjutnya, *intense personal feeling* yaitu perasaan yang intens dan emosional terhadap idola, individu memiliki ketertarikan kuat terhadap apapun yang berhubungan dengan selebriti idolanya seperti bermimpi mengenai idola, turut merasa sedih, bahagia, kagum, menangis, ataupun terharu ketika melihat dan mendengar tentang idolanya yang didasarkan pada kehidupan pribadi atau profesional idolanya tersebut (Maltby dkk, 2003). Penggemar merasa perlu untuk melindungi idolanya dari segala bentuk ancaman ataupun kritikan (Ashe & McCutcheon, 2005). Selain itu, penggemar biasanya menganggap idolanya sebagai bagian penting dari identitas pribadinya atau sebagai *role model* (Nasution, 2018).

Selanjutnya, menurut Maltby dkk (2003) *borderline pathological* yaitu mencerminkan sikap ataupun perilaku patologis dari individu seperti impulsif, agresif, dan egosentris. Adapun Maltby, Day, dan Macaskill (2017) memberikan pandangannya terkait perilaku impulsif, agresif, dan egosentris. Dimana impulsif merupakan perilaku bereaksi cepat dalam membuat keputusan dan tidak terencana, sehingga seringkali mengabaikan resiko jangka panjang tanpa mempertimbangkan konsekuensi yang mungkin terjadi. Bentuk perilaku ini dimanifestasikan seperti menghabiskan sebagian besar waktu dan uang dalam jumlah besar demi mengikuti aktivitas idolanya yang dilakukan tanpa mempertimbangkan konsekuensi dan perencanaan yang matang.

Berdasarkan data wawancara awal, subjek FAR mengaku bahwa dirinya sangat senang dan merasa seperti melupakan segala beban hidupnya ketika sedang melakukan kegiatan pengidolaan atau fangirling. FAR seringkali memikirkan idolanya dalam kehidupan sehari-harinya. Bagi FAR, berkhayal mengenai idolanya

dan melakukan fangirling setiap sebelum tidur sudah menjadi hal yang wajib untuk dilakukan. Kegiatan pengidolaan yang biasanya dilakukan FAR adalah terkait cover lagu idolanya, mencari informasi aktivitas idolanya, dan scroll-scroll akun media sosial resmi idola ataupun fanbase yang diikutinya.

FAR juga seringkali menghabiskan waktunya dalam kegiatan pengidolaan ini dengan melakukan update di akun khusus fangirling di media sosial Instagramnya, ia pasti akan update di akunnya tersebut setiap kali idolanya ada update-an terbaru juga. Selain itu, FAR menuturkan bahwa dalam satu kali mengikuti kegiatan pengidolaan seperti konser, *fanmeet*, ataupun pertemuan langsung lainnya dengan idola, rata-rata uang yang dihabiskan itu sekitar tujuh hingga delapan juta rupiah dan untuk setiap kali pembelian koleksi merchandise minimal seratus ribu rupiah yang harus FAR keluarkan.

Bentuk selanjutnya dari aspek *borderline pathological* adalah perilaku agresif. Maltby dkk (2017) menjelaskan bahwa agresif merupakan perilaku yang dapat merugikan orang lain, bisa secara fisik maupun psikologis yang disertai dengan respon emosional. Umumnya perilaku agresif yang tidak disadari oleh penggemar biasanya seperti memberikan pesan atau komentar yang kurang baik di media sosial, serta menguntit atau mencari informasi pribadi idolanya dengan cara melampaui batas privasinya (Maltby dkk, 2006).

Berdasarkan data wawancara awal, peneliti melihat bahwa subjek NA tidak terlalu berani untuk melakukan perilaku frontal seperti memberikan pesan ataupun komentar balasan negatif juga secara langsung melalui media sosialnya ketika idolanya mendapatkan *hate comment* dari orang lain terkait terlibat dalam suatu

masalah. Subjek NA mengatakan bahwa dirinya akan lebih memilih untuk tidak *menghype* idolanya terlebih dahulu sementara waktu dan hanya akan membantu mengedukasi penggemar lain yang pada dasarnya tidak tahu dengan keadaan yang terjadi sebenarnya itu bagaimana, seperti membantu dengan menyebarkan informasi yang positif terkait idolanya tersebut.

Selain itu, bukti terlampir terkait beberapa kasus yang ditemukan di media sosial “twitter” ditemukan beberapa individu bahkan sekelompok orang yang *stalking* dan menguntit idolanya hingga ke hotel saat melakukan tur konser di Indonesia, hal ini dialami oleh para member dari NCT Dream di tahun 2022 dan BTS pada tahun 2023 bulan Mei lalu. Para *sasaeng* tersebut dianggap telah melanggar privasi sehingga memicu timbul masalah kedepannya, yang mana para idol akan berpikir untuk tidak ingin melakukan konser lagi di Indonesia karena kejadian itu membuat para idol menjadi tidak nyaman. Hal ini akibat akar masalah yang dibuat oleh para oknum yang tidak bertanggung jawab

Selanjutnya, menurut Maltby dkk (2017) egosentris merupakan melihat dunia dari perspektif diri sendiri dan mengabaikan sudut pandang serta perasaan orang lain, yang dimana individu berasumsi bahwa orang lain juga memiliki pemikiran, pandangan, dan keyakinan yang sama dengan dirinya. Perilaku egosentris biasanya ditunjukkan dengan adanya kecemburuan terhadap orang lain yang dekat dengan idola yang digemari karena penggemar merasa hal tersebut akan mempengaruhi kualitas idolanya (Maltby dkk, 2004). Lalu, kurang mampu dalam mengelola waktu seperti antara kegiatan pengidolaan dengan tanggung jawab utamanya, mendominasi percakapan tentang idola K-pop yang dikaguminya

dibandingkan dengan topik bahasan lain tanpa memperhatikan minat dan kenyamanan orang lain (McCutcheon dkk, 2002).

Berdasarkan data wawancara, peneliti melihat bahwa subjek NA secara pribadi terlihat jelas bahwa tidak mendukung dan tidak mau jika idolanya di jodoh-jodohkan. NA merasa bahwa pershipperan tersebut tidak realistis dan lebih memilih untuk tetap fokus pada project ataupun bakat yang ditunjukkan oleh idolanya saja. Sehingga, terlihat bahwa NA adanya indikasi kecemburuan terhadap orang lain apabila ada yang dekat dengan idolanya.

Adapun, subjek FAR mengakui bahwa dirinya panik jika ketinggalan informasi terbaru terkait idolanya, meskipun saat itu dirinya sedang melakukan prioritas utamanya yang lain seperti skripsi, maka FAR akan mengesampingkan skripsi itu terlebih dahulu dan fokus mencari tahu informasi terbaru tentang idolanya. Menurut FAR, apabila ketinggalan informasi terkait idola membuat dirinya menjadi lebih tidak tenang daripada meninggalkan pekerjaan atau prioritas lainnya.

Selain itu, informan pelaku berinisial PA menuturkan bahwa ia seringkali mempengaruhi teman-teman bahkan lingkungan terdekatnya agar ikut tertarik mengenal dunia K-pop seperti dirinya. PA biasanya mempengaruhi lingkungannya dengan meminta mereka untuk mendengarkan musik-musik K-pop, mengirim video-video di media sosial seperti TikTok tentang K-pop khususnya terkait idolanya PA, serta mengajak mereka menonton MV idolanya. Menurut PA, tanggapan orang-orang terdekat terhadap perilaku yang dilakukannya itu tidak sepenuhnya diterima dan tentu ada respon ketidaktertarikan, namun beberapa

diantaranya juga tetap ada yang ikut terpengaruh dengan usahanya dalam mempengaruhi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Benu, Takalapeta, dan Nabit (2019) *celebrity worship* dapat memberikan dampak positif yang diantaranya dapat memperluas relasi sosial individu, namun dibalik itu juga dapat memberikan dampak negatif yakni dapat memicu terganggunya relasi sosial individu dengan lingkungan terdekat seperti keluarga, teman, dan terganggunya waktu belajar yang mana akan membuat penggemar menjadi lebih sering membuang waktu untuk menonton video atau mencari berita terbaru terkait idola yang mereka sukai sehingga melewatkan waktu belajar dan aktivitas lainnya.

Menurut pengukuran data IDN Times pada tahun 2019 terkait penggemar K-pop yang dilakukan pada 580 responden didapatkan 92.1% berjenis kelamin perempuan dan 7.9% sisanya adalah laki-laki. Kemudian ditemukan bahwa penggemar Kpop yang berusia 10-15 tahun mencapai 9.3%, pada usia 15-20 tahun mencapai 38.1%, usia 20-25 tahun mencapai 40.7%, serta sisa 11.9% merupakan penggemar dengan usia lebih dari 25 tahun. Dari data IDN Times tersebut dapat disimpulkan bahwa penggemar K-pop mayoritas berjenis kelamin perempuan dan tertinggi berada pada kisar usia 20-25 tahun. Pada usia ini individu tergolong pada masa dewasa awal, hal tersebut selaras dengan pendapat Arnett (2014) bahwa secara tahap perkembangan manusia rentang usia berkisar 18-25 tahun termasuk pada kategori masa dewasa awal atau transisi dari remaja menuju dewasa.

Menurut Santrock (2019) masa dewasa awal merupakan masa peralihan atau transisi dari masa remaja menuju masa dewasa, yang ditandai dengan

eksplorasi, ketidakstabilan, penemuan, pemantapan, dan masa-masa produktif. Pada masa dewasa awal individu, tahapan ini sering ditandai dengan masih banyaknya terjadi perubahan, pencarian identitas diri, serta semakin meningkatnya kemandirian yang dimiliki oleh seseorang dan lebih berfokus pada dirinya sendiri (Arnett, 2014).

Menurut Hurlock (2015) tanggung jawab pada perkembangan usia dewasa awal adalah dengan mendapatkan suatu pekerjaan, memainkan peran baru, memilih seorang teman hidup, membentuk suatu keluarga, mengembangkan sikap-sikap baru, mengelola rumah tangga, menerima tanggung jawab sebagai warga negara, serta bergabung dalam kelompok sosial. Hurlock menambahkan, bahwa keberhasilan dan tingkat penguasaan tugas perkembangan pada usia ini akan mempengaruhi tingkat keberhasilan individu di usia yang lebih matang dan juga dapat menjadi penentuan tingkat kebahagiaan kehidupan mereka kedepannya.

Oleh karena itu, kehidupan usia dewasa awal diharapkan mampu menyelesaikan tugas perkembangannya agar tidak mengalami hambatan dalam menjalankan kehidupan sehari-hari serta dalam proses masa perkembangan selanjutnya (Putri, 2019). Masa-masa di fase usia ini sangat rentan dalam prosesnya karena banyak yang harus dihadapi baik dari segi sosial, fisik, individu, dan budaya yang juga bisa saja dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal yakni seperti faktor teman sebaya, lingkungan, maupun masyarakat. Namun, menurut penelitian Shofa (2017) mengatakan bahwa faktanya masih banyak individu yang belum menjalankan tugas perkembangan usia dewasa awalnya dengan sesuai, salah

satunya dengan masih melakukan *celebrity worship* atau pemujaan selebritas di usianya yang sudah memasuki dewasa awal.

Hasil penelitian Boon dan Lomore (2001) menemukan bahwa 75% individu pada usia dewasa awal memiliki ketertarikan yang kuat terhadap selebriti idola dalam kehidupannya. Menurut McCutcheon dkk (2002) individu yang menyukai idola biasanya lebih tinggi pada individu yang berjenis kelamin perempuan, namun hal ini bertolak belakang dengan hasil sampel penelitian yang didaparkannya yang mana skor laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan. Namun, hasil penelitian Lin dan Lin (2007) menyatakan bahwa *celebrity worship* lebih banyak terjadi pada perempuan dibandingkan laki-laki. Lalu penelitian pendukung lainnya adalah penelitian Zsila, McCutcheon, dan Demetrovics (2018) juga mendapatkan hasil bahwa perempuan ternyata berisiko lebih tinggi menjadi terobsesi dengan selebriti favorit mereka daripada pria.

Menurut informasi yang diperoleh dari kompasiana.com (2022) *celebrity worship* juga dapat memunculkan ketergantungan dan perilaku kriminalitas yang dimana penggemar terlalu menguntit dan mencampuri urusan kehidupan pribadi idolanya sehingga membuat idolanya terganggu, selain itu penggemar juga rela menghabiskan uangnya demi membeli barang dan hal apapun yang berhubungan dengan idolanya. Berdasarkan beberapa kasus yang ditemukan di media sosial “twitter” ditemukan beberapa akun user yang membuat tweet terkait keresahan mereka akan penggemar K-pop di Indonesia yang terlalu menguntit para idolanya sehingga membuat para idola tersebut menjadi tidak nyaman.

Bukti terlampir terkait terkait kasus yang dialami oleh Taeyang SF9 pada tahun 2020 lalu, Taeyang mendapatkan spam *call* dari penggemar fanatiknya yang berasal dari Indonesia saat dirinya sedang bermain game dan *live* di akun media sosialnya, hal ini dibuktikan dengan kode nomor tertera yaitu “+62” yang mana merupakan kode telepon Indonesia. Mengenai kejadian tersebut, Taeyang dibuat geram sehingga dirinya membuat tweet yang bertuliskan untuk meminta para penggemar SF9 agar berhenti mengganggu kehidupan privasi dirinya dan teman-temannya serta bertingkah sebagaimana penggemar pada umumnya.

Adapun dilansir dari cnbcindonesia.com (2023) penggemar BTS bernama Jessica Indah seorang pramugari salah satu maskapai di Indonesia yang rela menghabiskan uangnya dalam jumlah besar demi mengikuti aktivitas idolanya sekitar 50 juta rupiah selama dua tahun. Jessica mengatakan bahwa dengan membeli barang-barang yang berkaitan dengan idolanya mampu memberikan sumber kebahagiaan untuk dirinya, Jessica merasa menjadi lebih dekat dengan para member grup BTS tersebut setelah mengoleksi *merchandise* yang berkolaborasi antara merek dengan *boy group* tersebut. Jessica mengakui bahwa salah satu pembelian termahal yang ia punya adalah sebuah perhiasan *collaboration* antara Frank & co dan BTS yakni gelang edisi RM dan kalung edisi Jin.

Selain itu, Jessica juga sering menonton konser idolanya dan pernah melakukan donasi dengan mengatas namakan sebagai seorang ARMY (sebutan *fanbase* penggemar BTS), serta banyak mengoleksi *merchandise* lainnya seperti album, pakaian kembar dengan member BTS, dan *perfume*. Dengan adanya beberapa kasus yang terjadi, dapat disimpulkan bahwa perilaku *celebrity worship*

di Indonesia masih sangat mungkin terjadi pada beberapa orang terutama penggemar K-pop itu sendiri. Berbagai cara akan dilakukan oleh penggemar demi untuk bisa bertemu dan merasa dekat dengan idolanya.

Guna memperkuat fenomena terkait *celebrity worship* dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara pada 3 penggemar K-pop sebagai bentuk penguatan data tambahan. Pertama, wawancara dilakukan pada tanggal 08 Desember 2023 dan dilanjutkan kembali di tanggal 02 Juni 2024 pada informan berinisial PA berusia 22 tahun yang merupakan mahasiswi Kedokteran di Universitas Jambi. PA mengatakan bahwa PA sudah menyukai dunia K-pop selama 8 tahun atau semenjak tahun 2016. Meskipun tidak tergabung dalam komunitas K-pop, PA tetap turut mengikuti fanbase dari idola kegemarannya seperti *Archivesnjm*, NCT Dream Center dan Base Dream. Pernyataan di atas, menunjukkan bahwa informan PA tertarik akan bentuk hiburan atau *entertainment social* yang ada pada dunia K-pop.

Selain itu, PA seringkali kepikiran idol K-pop yang disukai dalam kehidupan sehari-harinya, PA memiliki perhatian yang tinggi terhadap idolanya, serta pemikiran tentang Jaemin (idola kegemarannya) hampir selalu hadir dalam setiap aktivitas sehari-harinya, bahkan dalam mimpi PA. Berikut kutipan wawancara:

Ohh sering banget dong...kalau misalnya satu minggu itu ada 24/7 kayaknya aku 30/7 atau 35/7 aku tuh kepikiran Jaemin terus ya hehe...jadi kayak...sering banget sih kepikiran kayak pas lagi kuliah atau tiba-tiba pas lagi makan...dan malah aku tuh pernah tuh kemimpi Jaemin...ampe masuk ke dalam mimpi...jadi emang sering-sering banget...kalau dibilang sering sih...iya bener banget kak...ampe ke mimpi... (IPI/W1)

Hmm mimpinyo itu sebenarnya aku dak terlalu inget... kalo yang Jaemin kek mano, yang aku inget tuh member lain malah... bukan Jaemin... kalo Jaemin keknyo cuma mampir sekilas... nah tapi aku pernah yang aku inget sampe saat ini... aku pernah mimpiin member lain itu... dari NCT 127... Yuta hehe... itu aku

sebenernyo bel... idak... idak ado kepikiran nge bias in dio samo sekali hehe... cuma dak tau ngapo random dio tibo-tibo muncul di mimpi aku... terus aku ngajak dio mualaf hehe... nah itu sih paling inget sampe sekarang hehe... (IP1/W2)

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan bersama informan berinisial PA, dapat disimpulkan bahwa PA memiliki ketertarikan yang kuat dan perasaan *intense* terhadap idolanya seperti adanya tingkat pemikiran serta perhatian yang tinggi dan emosional yang mendalam terhadap idolanya. Hal ini dapat tercermin dari perilaku informan yang secara terus-menerus memikirkan tentang idolanya dan beberapa kali terjadi *randomness* dalam pengalaman mimpi. Selain itu, munculnya interaksi emosional dalam mimpi yang dapat dilihat dari apa yang disampaikan oleh PA bahwa adanya skenario dalam mimpi tersebut yakni “*terus aku ngajak dio mualaf hehe*”, hal ini menunjukkan adanya keterikatan emosional dan imajinasi yang aktif terhadap hubungan dengan idola yang digemarinya.

Selain itu, informan PA menyampaikan bahwa terdapat beberapa hal yang membuat dirinya teringat pada bias atau idolanya serta ia juga menjadikan idolanya sebagai inspirasi atau *role model* dalam aktivitas pendidikannya. Berikut kutipan wawancara:

Oh hmm ke Jaemin... oke aku teringat terus ee jadi hehe maksudnya gitu... ee kalo Jaemin sih aku tuh ingetnyo... oh yo, ini berkaitan jugo sih samo kehidupan aku sekarang, jadi ee... Jaemin itu cito-citonyo sebenernyo pengen jadi Surgeon, tapi ee long story short dak tau ngapo dio ee berubah haluan jadi idol... nah itu jugo salah satu yang inspired aku untuk ee melanjutkan cita-cita dio cenah gitu kan hehe... terus apolagi ye... mungkin kopi yo yang aku inget nian dari Jaemin tuh, jadi Jaemin tuh... kenceng nian kalo minum kopi... dio sehari itu biso sampe 8 shots kalo dari cerito ee fans-fans yang lain gitu kan, nah jadi setiap aku beli ee kopi... kebetulan aku jugo suka ee ngopi kan... jadi ee misalkan aku beli Americano itu aku ee aku pasti langsung keinget Jaemin... gitu, itu sih yang paling ee nyantol di aku tentang Jaemin... (IP1/W2)

Secara tidak langsung PA menjelaskan bahwa dirinya merasa terinspirasi oleh cita-cita awal bias atau idolanya yang ingin menjadi seorang ahli bedah (*Surgeon*), meskipun pada akhirnya idolanya beralih menjadi seorang idol, cita-cita awal tersebut tetap memberikan motivasi dan inspirasi bagi dirinya dalam menempuh pendidikan. Hal ini dibuktikan dengan jurusan kuliah yang diambil oleh PA sendiri pun adalah kedokteran umum. Sehingga secara tidak langsung, PA menganggap bahwa idolanya sebagai *role model* dan menjadi salah satu bagian penting dari identitas pribadinya.

Selain itu, PA terlihat sangat terhubung dengan kebiasaan idola favoritnya, seperti Jaemin yang meminum kopi dalam jumlah yang banyak. Kemudian hal tersebut mempengaruhi perilaku PA apabila setiap kali ia membeli dan minum kopi, dirinya pasti langsung teringat pada idolanya. Peneliti melihat bahwa beberapa perilaku-perilaku di atas, informan PA menunjukkan adanya ketertarikan yang kuat terhadap idolanya terkait *intense personal feeling*.

Selanjutnya, dilakukan pada tanggal 27 Mei 2024 pada subjek berinisial FAR berusia 22 tahun yang merupakan mahasiswi di Universitas Sriwijaya. Pertama kali FAR menyukai K-pop itu saat dirinya masih duduk dibangku Sekolah Dasar (SD) sekitar 2014-an. FAR juga tergabung dalam komunitas maupun fanbase dari idolanya seperti Nana La Vida dan NCT Indonesia Fanbase. FAR mengatakan bahwa awalnya ia tertarik dengan K-pop itu di saat pertama kali memiliki akun Instagram, kemudian ia melihat-lihat halaman *explore* Instagram dan muncul beberapa grup idol K-pop seperti Super Junior dan SNSD.

Lalu, FAR menjadi penasaran dan ingin mengetahui lebih banyak terkait grup-grup idol tersebut, sehingga dirinya mencoba mendengarkan lagu mereka dan skhirnya menjadi suka dan tertarik. Namun, di sisi lain FAR juga memiliki ketertarikan terhadap *dance*, *visual*, dan *voice* grup K-pop tersebut. Oleh karena itu, peneliti melihat bahwa pernyataan di atas menunjukkan ketertarikan awal subjek PA terhadap bentuk hiburan atau *entertainment social* yang ada pada dunia K-pop.

Selain faktor mencari hiburan dan kualitas dari para idol, alasan FAR menggemari K-pop karena lagi pada masa-masanya peralihan dari SD ke SMP yang dimana FAR sempat mengalami perasaan down dan eksplorasi jati diri. Pada saat-saat tersebut, ia menemukan semangat dan arah dalam kehidupannya dengan mencoba fokus menjadi K-popers dan melakukan kegiatan pengidolaan. Berikut kutipan wawancara:

Hmm sebenarnya kalo dibilang faktor lain tuh...ini...kalo diluar itu tadi yee...kalo diluar faktor karena mereka mungkin memang bagus dance-nyo, suaranya, segala macem, itu lebih ke kayak... kan masa-masa SD-SMP gitu kan masa peralihan kan kek yang bener-bener baru mulai ngeraso kayak...taulah ee...feeling guilty segala macem, mencari jati diri dan lain-lain, disitu kadang kayak sempet ado masa-masa ngeraso nge-down, terus kek kok gini sih hidup gitu kan, biasolah anak remaja dak jelas waktu tuh, nah... cuman biso akhirnya terarah itu karena yosudah fokusnyo ngeliat K-pop, ngeraso kok disemangat samo mereka, gini-gini bla-bla (S1/W1)

Saat ini FAR mengidolakan sosok idola dari *boysgroup* bernama NCT Dream dan Enhypen, namun FAR merasa lebih memiliki keterikatan pada beberapa anggota grupnya yakni Jaemin dan Haechan (NCT). Menurut pengakuan FAR, idola yang ia kagumi merupakan *typical* orang yang *clingy*, lucu, manja, memiliki kedekatan dengan ibunya, dan memikirkan masa depan. Selain itu, FAR akan selalu

teringat Jaemin ketika dirinya melihat Kelinci dan saat melihat Beruang teringat akan Haechan. Berikut kutipan wawancara:

Kalau satu orang yang paling bisa aku deskripsiin kalau sekarang sih Jaemin yo... mungkin... dia tuh typically orang yang clingy nian... bener-bener yang clingy, terus kayak lucu, keliatan manja, terus jugo apo yo... mungkin dio kalo on-stage samo off-stage tuh bakal keliatan beda nian, terus dio typicall yang bukan anak mama, tapi dio tuh apa yo, kek dio tuh sayang nian samo mamanyo, terus bener-bener tau tempat kehidupan, terus dio tuh jugo sekarang tuh di umur dio sekarang 24 tahun, lah nyiapin tabungan untuk masa pensiun dio, lah nyiapin rumah segalo macem, pokoknyo bener-bener mikirin untuk masa depan dio kagek... (S1/W1)

Jadi ciri khas...mereka tuh kan kayak ado...simbol yang menyimbolkan mereka gitu kan, kek emot-emot gitu... kalo Jaemin aku inget kek istilah kelinci, terus kalo Haechan beruang (S1/W1)

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan bersama subjek berinisial FAR, dapat disimpulkan bahwa subjek FAR melakukan pengidolaan dengan alasan sebagai bentuk hiburan karena awalnya merasa lagi berada di fase peralihan dari anak-anak menuju remaja, yang dimana FAR sempat mengalami perasaan down dan eksplorasi jati diri, namun semakin lama FAR semakin tertarik hingga membentuk keterikatan dengan idolanya. Sehingga keterlibatan dan pengidolaan terhadap K-pop berperan penting dalam memberikan hiburan, pengalaman yang mendalam dan menyenangkan bagi penggemar.

Selain itu, perilaku FAR juga menunjukkan bentuk impulsif pada perilaku *borderline pathological*, karena FAR terkadang tidak bisa mengontrol sikap impulsifnya dalam mengoleksi barang-barang yang berhubungan dengan idolanya serta merasa bahagia ketika menghadiri konser ataupun event yang berkaitan dengan idola favoritnya. Berikut kutipan wawancara:

Hehehe awalnya karena FOMO kan pastinya... pengen punya, terus kayak ee apalagi kalo misalnya kek potocard gitu kan... lebih ngeliat harga pasar gitu... kalo misalnya suatu saat kan bisa naik, ngerasa bisa jadi investasi nih... (S2/W1)

Perasaan sih... kalau dibilang seneng... pasti seneng... tapi kalau dibilang di puas ga puasnya kayak masih ada yang dipengen lagi... nambah-nambah gitu... (S1/W1)

Engga sih, kalau misal lagi... sebenarnya engga pernah yang ngitung nian sih pengennya berapa... tapi kalo misal lagi pengen beli potocard nih, nah biasanya tuh pasti minimal nian tuh 100 ribu, nah itu minimal nian... tapi namonyo potocard tadi kan dak mungkin beli satu... jadi pasti banyak... (S2/W1)

Hehehee... kalau konser... sekali konser ya... bisa ngabisin 7-8 jutaan gitu... (S1/W1)

Dari beberapa kutipan yang disampaikan oleh subjek FAR, dapat dikatakan bahwa subjek rela menghabiskan sebagian besar waktunya dan uang dengan jumlah yang besar demi mengikuti kegiatan pengidolaan. Selain itu, dalam pembelian barang tersebut FAR seringkali terdorong oleh adanya perasaan FOMO dan menjadikannya sebagai bentuk dalam berinvestasi. Namun, meskipun merasa senang dengan koleksi yang telah ada, subjek FAR tetap merasa ada perasaan yang tidak pernah puas dan memiliki keinginan untuk terus menambah koleksi yang berhubungan dengan idolnya.

Lalu, wawancara dilakukan pula di tanggal 03 Juni 2024 pada subjek berinisial NA (Subjek 3) yang berusia 21 tahun dan merupakan mahasiswi di Universitas Sriwijaya. Hingga saat ini NA menyukai idol dari *girlband* maupun *boyband* seperti Apink, EXO, dan NCT. Pada awalnya ia tertarik pada K-pop dikarenakan faktor lingkungannya yang memang sudah tertarik lebih dulu terhadap dunia K-pop. Kemudian, ia juga menuturkan bahwa pertama kali nonton K-Pop melalui Instagram dan dilanjutkan dengan semakin tertarik untuk melihat *awards* dan perform lainnya dari para idol K-pop tersebut. NA tergabung dalam fanbase

maupun komunitas K-pop seperti seperti HaechanTube, Nobar & Markday project, serta Dreamtifytips Public. Selain itu, NA mengatakan bahwa dirinya menyukai *style*, penampilan, dan dance terkait K-pop. Berikut kutipan wawancara:

Kalo awal-awal tuh dulu karena... jadi di kelas tuh kayak banyak temen-temen yang seneng sama K-pop kan, jadi kayak ikut tertarik juga... terus ee dari dulu kalo ga salah... pertama kali nonton tuh dari... liat dari IG kayak gitu deh, terus hmm kayak berujung kayak lama-lama jadi nonton ke eee perform mereka di awards kek gitu, jadi kayak gitu... suka (S2/W1)

Eee sebenarnya kalo kayak selain dari performance kek gitu, tertarik juga kayak lagu mereka... terus ee style mereka... kayak gitu sih, sama ee apa kayak... hmm karena aku seneng dance juga kan, jadi ya aku seneng ee ngeliat dance mereka kayak gitu sih hehehe (S2/W1)

Kalo pertama kali banget itu ee dulu... yang temen-temen aku... ee itu di lingkungan aku, temen-temen banyak yang seneng EXO, tapi kalo aku sendiri... pertama kali nge stan itu biasa... ee duluu sama Apink hehe... girl grup... (S2/W1)

Kalo... sebenarnya kalo Apink tuh masih yang kayak eh... suka nontonin sih... tapi udah berpindah lagi grup hehe... sekarang aku seneng NCT gitu... (S2/W1)

Eee kalo di NCT aku seneng Haechan sama Mark hehe... (S2/W1)

NA juga sempat menuturkan bahwa dirinya tidak menyukai apabila idolnya dihubungkan dengan idola dari fandom lain, karena dirinya merasa kalau pemberitaan tersebut pun juga belum tentu benar adanya. Berikut kutipan wawancara:

Hmm... sejujurnya sih enggak hehehe... (S2/W1)

Karena aku ngerasa kayak kan mereka belum tentu bener ya... terus juga kayak apa ya hmm... kayak ga suka aja hehe... aku lebih seneng yang kayak... apa... nge hype project mereka yang kayak gitu sih... jadi kayak yang hmm ngerasa kalo hehe... yang kayak gitu tuh halu gitu sih hehe... ga... aku ga suka hehe... (S2/W1)

Hmm kalo misalkan hmm di ship... orang-orang nge ship hmm bias aku dengan yang lain aku juga ga masalah sih sebenarnya... tapi aku sendiri aku ga nge ship kayak gitu hehe... jadi kayak orang kalo mau nge ship juga gapapa... cuma kalo aku... aku ga kepikiran mau di ship-in sama siapa hehe... (S2/W1)

Berdasarkan kutipan tersebut, NA seperti menunjukkan rasa tidak suka yang kuat jika idola mereka dihubungkan atau di-*ship* dengan idol lain. NA merasa bahwa pershipperan tersebut tidak realistis dan lebih memilih untuk tetap fokus pada *project* dan bakat yang ditunjukkan oleh idolanya saja. Meskipun tidak mengatakan secara terang-terangan dalam menolak pershipperan tersebut, NA secara pribadi terlihat jelas bahwa tidak mendukung dan tidak mau jika idolanya di jodoh-jodohkan. Hal ini mencerminkan perilaku yang cukup egois dan protektif terhadap idolanya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa NA adanya indikasi kecemburuan terhadap orang lain apabila ada yang dekat dengan idolanya. Oleh karena itu, perilaku NA di atas menunjukkan bentuk agresif dan egosentris pada perilaku *borderline pathological*.

Menurut penelitian Anderson, Robin, dan Gray (Benu dkk, 2019) pemujaan terhadap selebriti secara berlebihan dengan terlalu lekat dan terikat pada ketertarikan disebut dengan *celebrity worship*. Sehingga setelah melihat masalah yang ditemukan dari beberapa kutipan wawancara yang dilakukan peneliti bersama ketiga subjek, dapat dikatakan bahwa sebagian besar penggemar K-pop menjadikan pengidolaan sebagai bentuk *entertainment social* dalam keseharian mereka yang ditandai dengan mengikuti komunitas ataupun fanbase idola favorit mereka, menghadiri pertemuan terkait idola seperti konser dan *event* lainnya, serta turut terlibat di *platform* media sosial yang berkaitan dengan idola, yang mana sebagai bentuk ketertarikan mereka terhadap idola tersebut.

Namun pengaguman tidak hanya sebatas sebagai sebuah hiburan, mengisi waktu luang atau momen tertentu, melainkan dapat juga mencerminkan tingkat

perasaan dan emosional terhadap idola seperti adanya keterikatan perasaan yang kuat terhadap apapun yang berhubungan idola yakni bermimpi atau menghayal mengenai idola, turut merasa terharu, sedih, bahagia, dan lainnya tergantung situasi keadaan kehidupan idola tersebut. Lalu, penggemar juga terkadang merasa memiliki hak dan kelekatan khusus dengan idolanya sehingga memicu perilaku ego, impulsif dan agresif seperti menghabiskan banyak uang dan waktu demi kegiatan pengidolaan, cenderung mendominasi dalam lingkungan sekitarnya, serta adanya sikap cemburu.

Individu yang berada dalam tahap perkembangan dewasa awal juga pada umumnya sudah bisa memainkan peran baru dalam membentuk dirinya seperti mengembangkan sikap-sikap baru, mencari nafkah, memiliki pasangan, menikah, membangun hubungan intim dengan pasangan, bahkan membentuk keluarga dan membentuk keluarga (Hurlock, 2015). Namun, pada nyatanya masih banyak individu yang berfokus pada kegiatan pemenuhan diri berupa hiburan seperti pengidolaan.

Berdasarkan fenomena yang telah ada, setidaknya telah sedikit memberikan gambaran yang lebih jelas dan implikasi dalam kehidupan sehari-hari mengenai beberapa tingkat dan jenis *celebrity worship* yang dilakukan oleh penggemar. Hal tersebut yang kemudian membuat peneliti menjadi tertarik untuk melakukan penelitian terkait dinamika *celebrity worship* pada penggemar K-pop.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan apa yang hendak akan diteliti, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana dinamika *celebrity worship* pada penggemar K-pop?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *celebrity worship* pada penggemar K-pop?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana dinamika *celebrity worship* pada penggemar K-pop.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *celebrity worship* pada penggemar K-pop.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian dan tujuan yang hendak dicapai peneliti, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru, wawasan, dan sumbangan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya terkait pada bidang psikologi sosial, perkembangan, dan klinis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi subjek penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai masukan bagi individu untuk dapat mengurangi perilaku *celebrity worship* pada idolanya.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi bahan tambahan informasi, rujukan, dan referensi untuk penelitian selanjutnya terutama yang berhubungan dengan *celebrity worship*.

E. Keaslian Penelitian

Berdasarkan hasil penelusuran yang berhubungan dengan judul penelitian yang akan dibahas oleh peneliti yaitu “dinamika *celebrity worship* pada penggemar K-pop”, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang dijumpai dari berbagai penelitian baik dalam maupun luar negeri yang hampir berkaitan dengan judul penelitian, tetapi mungkin dengan subjek, variabel, ataupun fenomena yang berbeda.

Penelitian yang berjudul “Gambaran *Celebrity Worship* pada penggemar K-pop Usia Dewasa Awal di Bali” dilakukan oleh Dyana Putri Kristina Sintya Dewi dan Komang Rahayu Indrawati (2019). Memiliki subjek yang sama dengan peneliti yaitu penggemar K-pop dan metode yang digunakan juga sama-sama penelitian kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Namun, subjek penelitian yang digunakan sebanyak 4 orang berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 21-22 tahun di Bali. Sedangkan, peneliti menentukan sebanyak 3 orang

subjek berjenis kelamin perempuan yang berusia dewasa awal dengan rentang 20-25 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity worship* mencakup alasan dalam menyukai idola, motivasi pengidolaan, dan aktivitas pengidolaan, serta ditemukannya bentuk baru dari *celebrity worship* yaitu *supportive idolization* pada penggemar K-pop usia dewasa awal di Bali.

Penelitian yang berjudul “Dinamika Psikologis *Celebrity Worship* (Studi Kasus Pada Thai Enthusiast Yang Mengalami Perubahan Orientasi Seksual)” dilakukan oleh Khafifah Indah Ramadhani, Widyastuti, dan Haerani Nur (2022). Subjek penelitian digunakan sebanyak 4 orang dengan satu subjek utama dan tiga *significant others*. Menggunakan metode penelitian kualitatif melalui wawancara dan dokumentasi. Sedangkan, peneliti menentukan sebanyak 3 orang subjek berjenis kelamin perempuan yang berusia dewasa awal dengan rentang 20-25 tahun, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa individu yang mengalami *celebrity worship* memiliki kecenderungan untuk mengubah orientasi seksual karena terjadinya internalisasi sosok idola pada dirinya.

Penelitian yang berjudul “Perilaku *Celebrity Worship* pada Remaja Perempuan” dilakukan oleh Juliana Marlin Y. Benu, Theodora Takalapeta, dan Yustina Nabit (2019). Subjek penelitian digunakan sebanyak 3 orang pada remaja perempuan yang telah melakukan *celebrity worship* minimal selama 2 tahun dengan rentang usia 16-26 tahun. Menggunakan metode penelitian kualitatif melalui wawancara mendalam. Sedangkan, peneliti menentukan sebanyak 3 orang subjek berjenis kelamin perempuan yang berusia dewasa awal dengan rentang 20-25

tahun, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya dampak negatif dan positif dari perilaku *celebrity worship* bagi kehidupan remaja, yang mana dimensi *entertainment-social* dan *intense-personal* dari perilaku *celebrity worship* merupakan dimensi yang paling terlihat dari ketiga subjek tersebut.

Penelitian yang berjudul “Idolaku, Sumber *Intimacy*-ku: Dinamika *Celebrity Worship* dan Tugas Perkembangan Dewasa Awal Pecinta Kpop” dilakukan oleh Astri Prabawati Laksono dan Afra Hafny Noer (2021). Subjek penelitian digunakan sebanyak 3 orang pada dewasa awal dengan tingkat *celebrity worship* rendah, sedang, dan tinggi yang diukur melalui CAS, pada rentang usia 20-30 tahun. Memiliki metode penelitian yang sama dengan peneliti yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Secara garis besar, hasil penelitian menunjukkan bahwa dinamika *celebrity worship* sangat terlihat dalam aspek hubungan sosial dan hubungan romantis.

Penelitian yang berjudul “*Celebrity Worship on Early Adult K-pop Fangirling*” dilakukan oleh Dini Cahyani dan Yulia Purnamasari (2019). Subjek penelitian digunakan sebanyak 3 orang pada usia dewasa dengan rentang usia 20-30 tahun yang berada di kota Malang. Menggunakan metode penelitian kualitatif melalui wawancara dan observasi. Sedangkan, peneliti menentukan sebanyak 3 orang subjek berjenis kelamin perempuan yang berusia dewasa awal dengan rentang 20-25 tahun, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga subjek menyukai

idolanya karena bakat dan kemampuan idolanya sehingga dapat memotivasi dan menginspirasi kehidupan mereka. Ketiga subjek selalu aktif dalam mencari berita melalui berbagai media untuk mengetahui keberadaan idolanya, *fashion* idolanya, kehidupan cinta, serta kegiatan yang akan dilakukan oleh idola mereka.

Penelitian yang berjudul “Adolescents’ Views on Celebrity Worship: A Qualitative Study” dilakukan oleh Chin-Siang Ang dan Nee-Nee Chan (2016). Subjek penelitian yang digunakan sebanyak 15 orang remaja yang berasal dari Malaysia dan teridentifikasi *celebrity worship* berdasarkan karakteristik yang diukur, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan serta dengan rentang usia 13-18 tahun yang berada di Malaysia. Menggunakan metode penelitian kualitatif melalui wawancara. Sedangkan, peneliti menentukan sebanyak 3 orang subjek berjenis kelamin perempuan yang berusia dewasa awal dengan rentang 20-25 tahun, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity worship* memiliki dampak positif bagi remaja, terutama dalam hal peningkatan kesadaran budaya dan bahasa, lalu dapat membantu pengembangan identitas diri yang positif bagi remaja.

Penelitian yang berjudul “The Collectors of Celebrity Memorabilia: A Qualitative Re-evaluation of Celebrity Worship Levels” dilakukan oleh Richard A. Schutta, Annette Davies, dan Jonathan D. Powers (2023). Subjek penelitian yang digunakan sebanyak 21 orang dengan kolektor memorabilia selebriti di Amerika Serikat. Menggunakan metode penelitian kualitatif melalui wawancara. Sedangkan, peneliti menentukan sebanyak 3 orang subjek berjenis kelamin perempuan yang berusia dewasa awal dengan rentang 20-25 tahun, dengan pengumpulan data

melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperlukannya rekonseptualisasi total terkait pengenalan dan tingkat *celebrity worship* galam menjelaskan kolektor memorabilia selebriti. Kemudian, individu membentuk hubungan dengan selebriti favoritnya melalui kolektor memorabilia selebriti.

Penelitian yang berjudul “Celebrity Worship; reality TV and the pursuit of stardom” dilakukan oleh Valesa Banuelos (2014). Subjek penelitian yang digunakan sebanyak 118 orang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 18-44 tahun di Irlandia. Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan lebih dari dua variabel. Sedangkan, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan hanya satu variabel dan menentukan sebanyak 3 orang subjek berjenis kelamin perempuan yang berusia dewasa awal dengan rentang 20-25 tahun, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya korelasi positif moderat yang signifikan antara *celebrity worship* dan keinginan untuk berpartisipasi di reality TV. Kemudian, *celebrity worship* memiliki pengaruh terhadap keinginan masyarakat untuk mendapat ketenaran dan aspirasi masa depan.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu seperti yang telah disebutkan di atas dan sejauh yang peneliti ketahui, dapat dipastikan bahwa penelitian yang akan dilakukan peneliti dengan judul “Dinamika *Celebrity Worship* pada Penggemar K-pop” belum pernah dilakukan sebelumnya khususnya dengan berbagai perbedaan-perbedaan yang ditemukan pada penelitian sebelumnya. Sehingga keaslian atau orignalitasnya penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan dan terjamin.,

perbedaan pada penelitian sebelumnya diantaranya adalah terkait variabel penelitian, subjek penelitian, rentang usia, lokasi, serta *setting* penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiesia, K. P., & Sofia, L. (2021). Gambaran Celebrity Worship dan Psychological Well Being Pada Wanita Dewasa Awal Penggemar Korean Pop. *Jurnal Imiah Psikologi*, 9, 886–899. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- Alam, S., & Nyarimun, A. J. (2017). Musik K-Pop sebagai Alat Diplomasi dalam Soft Power Korea Selatan. *International & Diplomacy*, 3(1), 75-100.
- Alifah, N. N. (2022, September). Indonesia jadi negara dengan fans K-pop terbanyak di dunia. Retrived from <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d> tanggal 1 November 2023
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders Fifth Edition: DSM-V*. Washington, DC: American Psychiantric Association Press.
- Andina, A. N. (2019). Hedonisme berbalut cinta dalam musik k-pop. *Syntax*, 1(8), 39-49.
- Ang, C. S., & Chan, N. N. (2018). Adolescents' views on celebrity worship: A qualitative study. *Current Psychology*, 37(1), 139-148.
- Anwar, C. R. (2018). Mahasiswa dan K-Pop. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Ariani, A. (2015). Perubahan Fungsi pada Museum Fatahillah Ditinjau dari Teori Poskolonial. *Humaniora*, 6(4), 483-495.
- Arnett, J. J. (2014). Presidential address: The emergence of emerging adulthood: A personal history. *Emerging Adulthood*, 2(3), 155-162. <https://doi.org/10.1177/2167696814541096>
- Ashe, D. D., & Maltby, J. (2005). Are celebrity-worshippers more prone to narcissism? A brief report. *North American Journal of Psychology*, 7(2), 239–246.
- Ayu, N. W. R. S., & Astiti, D. P. (2020). Gambaran celebrity worship pada penggemar k-pop. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 203–210.
- Azizah, F. N. (2021, Juli). Loyalitas fans untuk sang idola. Retrived from <https://kumparan.com/febi-nur-azizah/loyalitas-fans-untuk-sang-idola-1wDMJGTs9xb> tanggal 11 Agustus 2023
- Banuelos, V. (2014). Celebrity worship; reality TV and the pursuit of stardom.
- Banyugiri, S. (2012). *Korean chingu*. Jakarta: Tangga Pustaka.

- Benu, J. M. Y., Takalapeta, T., & Nabit, Y. (2019). Perilaku Celebrity Worship pada Remaja Perempuan. *Journal of Health and Behavioral Science*, 1(1), 13–25.
- Bisa dapat "inside info" hasil stalking Bangtan tidak menjadikanmu keren ya mbak. 2023. Twitter [@nisluv875]. Retrived from <https://x.com/nisluv875/status/1661267381799231491?s=46&t=7ysfR3AEXdQ8qO2mEVyWsw> tanggal 3 November 2023
- Boon, S., & Lomore, C. (2001). Admirer-celebrity relationships among young adults.. *Human Communication Research*, 27(3), 432–465. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2001.tb00788.x>
- Brooks, S. K. (2018). 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>
- Cahyani, D., & Purnamasari, Y. (2019, March). Celebrity worship on early adult K-Pop fangirling. In *4th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCH 2018)* (pp. 167-170). Atlantis Press.
- Charistia, A. J., Matulesy, A., & Pratitis, N. (2022). Perilaku konsumtif ditinjau dari kontrol diri dan celebrity worship penggemar NCT. *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(1), 96-107.
- Cheung, C., & Yue, X. (2000). Idol Worshipping for Vain Glory, Illusory Romance or Intellectual Learning: A Study in Nanjing and Hong Kong. *International Journal of Adolescence and Youth*, 8(4), 299–317. <https://doi.org/10.1080/02673843.2000.9747859>
- Choi, S., & Maliangkay, R. (2014). K-pop fandom and consumer culture. *Korean Studies*. 38(1), 136-152.
- Chung, S., & Cho, H. (2017). Fostering parasocial relationships with celebrities on social media: Implications for celebrity endorsement. *Psychology & marketing*, 34(4), 481-495.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). Handbook of qualitative research (handbook of qualitative research: Dariyatno, Badrus Samsul Fata, Abi, John Rinaldi). Yogyakarta: Pustaka Belajar..
- 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(02), 291.
- Efathania, V. N. (2019). Hubungan antara Big Five Personality Trait dengan Celebrity Worship pada Dewasa Muda Penggemar K-Pop di Sosial Media. *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 10(01), 1–16.

- Gillespie, T. (2017). Platform idols: how celebrities shape media and culture. *Social Media Society*, 3(4), 1-12.
- Hakim, A. R., Mardhiyah, A., Novtadijanto, D. M. I., Nurkholifah, N., Ramdani, Z., & Amri, A. (2021). Pembentukan identitas diri pada kpopers. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 4(1), 18–31.
- Hamidah, M. (2023, Maret). 5 fandom Kpop di Indonesia dan kegiatannya, nomor 4 pernah bantu korban kanjuruhan. Retrived from <https://lifestyle.sindonews.com/read/1046427/157/5-fandom-kpop-di-indonesia-dan-kegiatannya-nomor-4-pernah-bantu-korban-kanjuruhan-1678773786> tanggal 11 Agustus 2023
- Haryono, D. F. (2019). Pengaruh Fanatisme Penggemar Korean Pop Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Pada Komunitas Hallyu-Up Edutainment Bandung. *Doctoral dissertation*: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Hastutik, R. N. (2022, Oktober). Tahukah kamu berapa banyak penggemar Kpop di seluruh dunia pada 2022 ini?. Retrived from <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5103592/tahukah-kamu-berapa-banyak-penggemar-kpop-di-seluruh-dunia-pada-2022-ini?page=2> tanggal 1 November 2023
- Herdiansyah, H. (2014). Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hidayati, D. A., Fitriani, S. D. R., & Habibah, S. (2022). Realitas Sosial Remaja Penggemar Budaya Korea (K-POP) di Bandar Lampung. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 4(2), 212-232.
- Howard, K. (2014). Visual and performance aesthetics in K-pop. *Popular Music*. 33(1), 123-130.
- Howe, B. (2016). Music and the Agents of Obsession. *Music Theory Spectrum*, 38(2), 218-240.
- Hukmi, A. (2022). Yang Tersisa dari Kota Poskolonial di Makassar. *Pusat Riset Masyarakat Dan Budaya (PMB) - BRIN*, 26(2).
- Hurlock, E. B. (2015). Psikologi perkembangan; suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan. (5th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Irmanto, V. R., & Tjiptono, F. (2013). Motivasi dan perilaku penggemar k-pop di daerah istimewa yogyakarta. *Modus*, 25(1), 1-25.
- Jailani, M. S. (2013). Ragam penelitian qualitative (ethnografi, fenomenologi, grounded theory, dan studi kasus). *Jurnal Edu-Bio*, 4, 41-50.

- Jeong, J. S., Lee, S.-H., & Lee, S.-G. (2017). Korean Wave| When Indonesians Routinely Consume Korean Pop Culture: Revisiting Jakartan Fans of Korean Drama Dae Jang Geum. *International Journal of Communication*, 11, 20.
- Jia, R., Yang, Q., Liu, B., Song, H., & Wang, Z. (2023). Social anxiety and celebrity worship: the mediating effects of mobile phone dependence and moderating effects of family socioeconomic status. *BMC psychology*, 11(1), 364.
- Jin, D. Y. (2018). Globalization of Korean Pop culture: K-pop and the Korean Wave. *International Journal of Communication*. 12, 5243-5263.
- Ju, H. (2018). The Korean Wave and Korean Dramas. In Oxford Research Encyclopedia of Communication. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.715>
- Jung, J., & Kim, S. (2021). The role of cultural icons in shaping national identity. *Culture and Psychology*, 27(3), 388-406.
- Kustiawan, W., Efendi, E., Candra, W., & Zein, P. R. (2023). Dampak Korean Wave (Hallyu) bagi budaya Indonesia sebagai dampak dari globalisasi media. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(4), 561-569.
- Laksono, A. P., & Noer, A. H. (2021). Idolaku, Sumber Intimacy-ku: Dinamika Celebrity Worship dan Tugas Perkembangan Dewasa Awal Pecinta Kpop. *Jurnal Psikologi*, 17(2), 139-156.
- Larasati, D. (2018). Globalisasi Budaya dan Identitas: Pengaruh dan Eksistensi Hallyu (KoreanWave) versus Westernisasi di Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 11(1), 109–120.
- Lee, Y. L., Jung, M., Nathan, R. J., & Chung, J.-E. (2020). Cross-National Study on the Perception of the Korean Wave and Cultural Hybridity in Indonesia and Malaysia Using Discourse on Social Media. *Sustainability*, 12(15), 6072. <https://doi.org/10.3390/su12156072>
- Lin, Y.-C., & Lin, C.-H. (2007). Impetus for worship: an exploratory study of adolescents' idol adoration behaviors. *Adolescence*, 42(167).
- 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.
- Maltby, J., Day, L., & Macaskill, A. (2017). Personality, individual differences, and Intelligence. *Fourth Edition*. Pearson Education UK.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. D. (2004). Personality and coping: Context for examining celebrity worship and mental health. *British Journal of Psychology*, 95(4), 411-428.

- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. D. (2006). Celebrity worship, cognitive flexibility, and social complexity. *Personality and Individual Differences*, 40(2), 273-279.
- 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. <https://doi.org/10.1097/00005053-200301000-00005>
- Maraya, E. (2021). Dekonstruksi makna maskulinitas melalui trend Korean populer (K-pop) pada penggemar K-pop di kota Makassar. *Doctoral dissertation: Universitas Negeri Makassar*.
- McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., Houran, J., & Maltby, J. (2003). A cognitive profile of individuals who tend to worship celebrities. *The Journal of Psychology*, 137(4), 309-322.
- 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>
- McEvoy, A., & Erickson, E. L. (1981). Heroes and Villains: A Conceptual Strategy for Assessing Their Influence. *Sociological Focus*, 14(2), 111–122. <https://doi.org/10.1080/00380237.1981.10570386>
- Melinda, I. (2022, April). Celebrity worship pada penggemar K-pop. Retrived from <https://www.kompasiana.com/inessiam/624d06e932c4c6172b7d4812/celebrity-worship-pada-penggemar-k-pop?page=all> tanggal 15 September 2023
- Minichiello., Victor., Aroni. R., Timewell. E., & Alexander. L. (1996). In-depth Interviewing: *Research People*. Longman: Australia.
- Moleong, L. J. (2014). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2015). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moustakas, C. (1994). Phenomenological research methods. Thousand Oaks, California: SAGE Publications Inc.
- Muhammad, W. A. (2012). Fenomena Hallyu (Gelombang Korean-Pop/K-Pop) dan Dampaknya di Indonesia. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 15(1), 201-212.
- Nafeesa, N., & Novita, E. (2021). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Cakrawala-J. Hum*, 21(2), 79-86.

- Nasution, N. W. (2018). Hubungan Keterampilan Sosial dengan Celebrity Worship pada Remaja di Komunitas Korean Cultural Centre Medan. *Skripsi Medan Area*, 1–78.
- Neverens. (2011, Juli). Sejarah K-pop (musik pop Korea). Retrived from <https://koreanshowtime.wordpress.com/2011/07/08/sejarah-k-pop-musik-pop-korea/> tanggal 8 November 2023
- Ningsih, N. A. (2021). Hubungan antara religiusitas dengan celebrity worship pada remaja penggemar k-pop di Pekanbaru. Universitas Islam Riau.
- Nursanti, M. I. (2013). Analisis deskriptif penggemar k-pop sebagai audiens media dalam mengonsumsi dan memaknai teks budaya. *Interaksi Online*, 2(2).
- Oh, I., & Park, G. S. (2020). The global diffusion of K-Pop: K-Pop idols, fans, and the spread of Korean popular culture. *Asian Journal of Communication*, 30(3), 157-175.
- Poerwandari, K. (2013). Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia. Depok: LPSP3 UI.
- Puspitosari, W. A. (2009). Terapi Kognitif dan Perilaku pada Gangguan Obsesif Kompulsif Cognitive and Behavior Therapy for Compulsive Obsessive Disorder. In *Mutiara Medika* (Vol. 9, Issue 2).
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya orang dewasa awal menyelesaikan tugas perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35–40.
- Rahmiati, L. (2012). The Impact of Korean wave to the acceptance of Korean culture and product among Indonesian. *Doctoral dissertation*: KDI School.
- Ramadhani, K. I., & Nur, H. (2022). Dinamika Psikologis Celebrity Worship:(Studi Kasus Pada Thai Enthusiast Yang Mengalami Perubahan Orientasi Seksual). *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 1(6), 630-638.
- Rojek, C. (2012). *Fame attack: The inflation of celebrity and its consequences*. Bloomsbury Academic.
- Rupanya, nomor sasaeng yang mengganggu Taeyang ini berasal dr Indonesia. 2020. Twitter [officialkvibes]. Retrived from <https://x.com/officialkvibes/status/1295161321852305408?s=46&t=7ysfR3AEXdQ8qO2mEVyWsw> tanggal 3 November 2023
- Sakinah, R. N., Hasna, S., & Wahyuningsih, Y. (2022). Pengaruh Positif Fenomena K-Pop Terhadap Karakter Generasi Muda di Indonesia. *Journal on Education*, 5(1), 735-745.

- Salsabilla, R. (2023, Oktober). Fans K-pop paling royal, rela habiskan Rp142 Juta Demi Idola. Retrived from <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230925154329-33-475366/fans-k-pop-paling-royal-rela-habiskan-rp142-juta-demi-idola> tanggal 16 Mei 2024
- Sansone, R. A., & Sansone, L. A. (2014). "I'm Your Number One Fan"—A clinical look at celebrity worship. *Innovations in Clinical Neuroscience*, 11(1–2), 39.
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span development; perkembangan masa hidup* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Schutta, R. A., Davies, A., & Powers, J. D. (2023). The collectors of celebrity memorabilia: A qualitative re-evaluation of celebrity worship levels. *Journal of Fandom Studies*, 11(1), 37-57.
- 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>
- Shofa, M. (2017). Gambaran psikologis celebrity worship pada dewasa awal: Studi kasus mahasiswa penggemar Korean pop. *Doctoral dissertation; Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- Singh, R. P., & Banerjee, N. (2019). Exploring the influence of celebrity worship on brand attitude, advertisement attitude, and purchase intention. *Journal of Promotion Management*, 25(2), 225-251.
- Siriyuvasak, U., & Hyunjoon, S. (2007). Asianizing K-pop: production, consumption and identification patterns among Thai youth. *Inter-Asia Cultural Studies*, 8(1), 109-136.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyatin, T., Asih, D. A. S., & Arfa, A. N. (2023). DAMPAK BUDAYA K-POP TERHADAP TINGKAT MOTIVASI BELAJAR MAHASISWA. *Research and Development Journal of Education*, 9(2), 658-665.
- Swami, V., Premuzic, T. C., Mastor, K., Hazwani Siran, F., Said, M. M. M., Jaafar, J., ... Pillai, S. K. (2011). Celebrity Worship Among University Students in Malaysia. *European Psychologist*, 16(4), 334–342. <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000029>
- Tolong jaga privasi NCT Dream. 2022. Twitter [@bluzkywayve]. Retrived from <https://x.com/bluzkywayve/status/1527514736996122625?s=46&t=7ysfR3AEXdQ8qO2mEVyWsw> tanggal 3 November 2023

- Triadanti. (2019, Februari). Jadi Gaya Hidup: Benarkah Fans K-Pop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota. IDNTimes. Retrived from <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota/full> tanggal 20 Maret 2023
- Wang, Z. (2020). The Complicated Digital Fandom: Empowerment and Exploitation of Fans in Digital Media Era. *Humanities and Social Sciences*, 8(2), 45-50.
- Yenti, N. S., Syamsir, M. S., Mairiza, N., Anggraini, N., Febriani, E., & Fadilla, P. (2022). Dampak Budaya Korea Pop (K-Pop) Terhadap Tingkat Motivasi Belajar Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*, 2(2), 176-191.
- Yoon, K. (2019). K-pop's Narrative and identity formation. *Journal of Youth Studies*. 22(2), 169-184.
- Yuliawan, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(1), 35-48.
- Zsila, Á., 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. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.76>