
HUBUNGAN ANTARA CELEBRITY WORSHIP TERHADAP SUBJECTIVE WELL-BEING PADA REMAJA PENGGEJAR K-POP

Oleh

Laksono Septhallia Anjani¹, Wibowo Doddy Hendro²

^{1,2}Fakultas Psikologi, Universitas Kristen Satya Wacana

Email: ¹septhalliaanjani13@gmail.com, ²doddy.wibowo@uksw.edu

Article History:

Received: 07-11-2023

Revised: 12-12-2023

Accepted: 21-12-2023

Keywords:

Celebrity Worship;
Korea; Kpop; Teenager;
Subjective Well Being

Abstract: Many teenagers and adults are now K-pop fans. Being a kpop fan can make someone feel happy, scared or sad. So this can affect the subjective well-being of someone who likes Kpop. This can also be caused by fans who love their idol celebrities too much to the point that fans are very obsessed with their idol celebrities or usually known as Celebrity Worship. This research was designed to determine the relationship between celebrity worship and subjective well-being among teenage K-pop fans. The approach used in this research is quantitative with a correlational and comparative design. To obtain data, this research used a sample of 55 teenagers from the Fortune Entertainment Cirebon cover dance community, who were selected using a purposive sampling technique with the criteria being that the youth were 15-21 years old and were members of the Fortune Entertainment community. The results obtained in this study obtained a correlation coefficient value for the Celebrity Worship and Subjective Well Being variables of $r = -0.387$ with a sig value = 0.004 ($p < 0.05$). This shows that there is a negative relationship between Celebrity Worship and Subjective Well Being. So it is hoped that individuals who like K-Pop will act naturally when they like their idol artists.

PENDAHULUAN

Negara Korea Selatan memiliki daya tarik yang cukup besar untuk menarik minat dari berbagai kalangan usia. Fenomena *Korean Wave* sangat pesat berkembang di seluruh dunia, mulai dari anak-anak hingga dewasa sangat tertarik dengan hal ini. Sari (2012) mengatakan bahwa *Korean wave* merupakan suatu fenomena menyukai budaya korea secara global yang dapat diakses menggunakan televisi, internet dan media sosial. Fenomena *Korean wave* di negara kita sempat heboh dan menimbulkan pro dan kontra dari masyarakat. *Korean wave* berkembang dikalangan remaja hingga siswa SD, mereka mulai mengoleksi musik, film, drama ataupun barang. Kebanyakan dari fans *K-Pop* akan bergabung dengan *fandom* sesuai grup yang mereka sukai. *Fandom* adalah sebuah komunitas atau perkumpulan fans yang menyukai suatu kelompok *boyband* atau *girlband* korea biasanya setiap *boyband* atau *girlband* memberikan nama bagi *fandom* mereka. Saat seseorang mulai menyukai suatu hal maka orang tersebut akan merasakan positif dan negatif dari hal yang mereka sukai demikian juga bagi penggemar *K-Pop* mereka akan merasakan hal tersebut selama mereka menjadi penggemar, Aprilia (2016) *Kpopers* menganggap hal yang berhubungan dengan

idola mereka adalah hal yang sangat luar biasa dan membuat mereka bahagia.

Rasa bahagia serta ketakutan yang dialami oleh *Kpopers* bisa berhubungan dengan kesejahteraan hidup yang seorang *Kpopers* miliki. Hal ini berkaitan dengan penilaian individu mengenai *subjective well-being* dalam dirinya. *Subjective Well Being* adalah penilaian individu berdasarkan pengalaman yang dimiliki dalam kehidupannya, berdasarkan dari evaluasi aspek kognitif dan perasaan dalam menjalani hidup, yang diperlihatkan dalam *Subjective Well Being* individu yang dilihat melalui variabel *Subjective Well-Being* yaitu kebahagiaan serta kepuasan hidup (Compton, 2005). *Subjective Well-Being* memiliki konsep kebahagiaan dan kepuasan dalam hidup yang bersifat hedonik yang berprinsip kepada kesenangan, seberapa jauh individu menilai bahwa hidupnya bahagia, tidak merasa stres, terhindar dari rasa cemas dan lain-lain yang menandakan bahwa individu bahagia dan merasa puas dengan kehidupannya (Eid & Diener, 2004). Diener (2000) mengatakan jika *Subjective Well Being* tinggi individu akan merasa puas dan bahagia serta memiliki hubungan sosial yang baik, penampilan yang menarik dan mampu mendapat tujuan hidup sesuai dengan keinginan.

Diener (2009) mengatakan disaat individu mempunyai tingkat *Subjective Well-Being* tinggi memiliki kecenderungan lebih aktif, karena individu merasa kehidupannya memuaskan, merasa bahagia serta positif, namun pada saat *Subjective Well-Being* individu rendah akan lebih mudah merasa khawatir, kecewa dan emosional. *Kpopers* akan merasa bahagia ketika menirukan tingkah laku, ketampanan dan kecantikan paras yang dimiliki idolanya, berdasarkan dari perilaku yang ditunjukkan contohnya ceria, memiliki perilaku sosial yang baik, aktif bergaul dan pemberani adalah perilaku yang memberikan pengaruh dalam pembentukan *Subjective Well Being* pada afek positif. Perilaku yang muncul dapat berpengaruh pada komponen pembentuk *Subjective Well-Being* pada aspek negatif. Apabila perilaku negatif individu lebih tinggi dibanding perilaku positif akan menyebabkan *Subjective Well-Being* pada diri individu akan rendah (Pavot & Diener, 2004).

Menurut Diener (2009) *Subjective Well-Being* merupakan situasi yang mengacu pada kenyataan individu secara subjektif percaya bahwa kehidupan adalah hal yang baik. Selain itu indikator dari *Subjective Well-Being* dapat dilihat dari tingginya kepuasan hidup dan perasaan positif serta rendahnya perasaan negatif pada seseorang. Tidak hanya itu Diener (2009) juga mengatakan bahwa kualitas hidup yang baik juga berdampak pada kesejahteraan subjektif yang tinggi. Sebaliknya seseorang yang memiliki *Subjective Well-Being* rendah memiliki kontrol emosi yang buruk dan menganggap setiap peristiwa sebagai bagian dari ketidakseimbangan. Individu yang memiliki *Subjective Well-Being* yang tinggi tentunya mendapatkan kualitas hidup yang baik (Compton, 2005). Ketika seorang *Kpopers* mengalami masalah dalam hidupnya dan memberikan dampak yang tidak menyenangkan dan menilai hidupnya negatif maka akan mencari jalan lain seperti melakukan *celebrity worship* pada idolanya (Dewi & Indrawati, 2019). Survey yang dilakukan oleh Jannati & Qodariah (2021) pada komunitas penggemar grup NCT di Bandung sebanyak 36% mengatakan lebih bahagia dan memiliki tujuan hidup setelah mengenal NCT dan 64% mengatakan bahwa stress yang dialami berkurang setelah mengenal NCT namun ada penelitian lain mengatakan hasil yang berbeda, penelitian yang dilakukan oleh Aruguete et al. (2014) mengatakan pada penggemar berstatus mahasiswa pada empat universitas di Amerika menunjukkan bahwa penggemar yang menyukai *Kpop* mengalami ketidakpuasan

terhadap bentuk tubuh yang dimiliki karena ingin terlihat sama dengan tubuh idolanya.

Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa remaja, yang dilakukan pada bulan Oktober 2021. A (18). memiliki *Subjective Well Being* yang cenderung rendah karena membawa dampak negatif dan merasa tidak bahagia dari berita idola yang mempengaruhi kehidupannya. G (22) merasa memiliki kepuasan dan merasa senang saat membelinya namun apabila tidak mendapatkan barang yang diinginkan dapat mempengaruhi mood G dan berpengaruh juga pada kesehariannya, hal yang dilakukan oleh G ini cenderung boros yang memberikan dampak negatif. Ketika individu bahagia saat melakukan aktivitas tertentu (membeli barang) maka individu akan konsisten melakukannya, hal ini menunjukkan semakin individu puas maka semakin banyak yang akan dikeluarkan untuk membeli barang dan mencerminkan kepuasan itu sendiri (Zhong & Mitchell, 2013).

Perilaku yang muncul dari penggemar berkaitan dengan idolanya maka bisa disimpulkan bahwa penggemar memiliki perilaku *Celebrity Worship*. Individu bisa dikatakan melakukan *Celebrity Worship* apabila timbul perilaku yang berkaitan dengan idolanya, *Celebrity Worship* merupakan salah satu perilaku yang memiliki kaitan dengan *Subjective Well-Being* (Prihatiningrum, 2018). McCutcheon, Lange dan Houran (2002) mengatakan fenomena *Celebrity Worship* muncul ketika individu memiliki obsesi terhadap sosok idola. Saat individu ada pada tahap tertinggi dari *Celebrity Worship* memiliki kecenderungan berperilaku mengarah pada afek negatif menyebabkan *Subjective Well-Being* pada diri individu rendah (Prihatiningrum, 2018). Definisi lain *Celebrity Worship* adalah suatu hubungan yang terjalin satu arah antara penggemar dengan idolanya. Hal ini menyebabkan individu memiliki obsesi dan menjadi rutinitas yang dilakukan seperti melihat, mendengar, membaca mengenai kehidupan orang yang menciptakan kepribadian, identitas, obsesi, asosiasi yang selaras (Maltby, Giles, Barber & McCutcheon, 2005). Maltby et all (2004) mengartikan *Celebrity Worship* berkaitan dengan kesehatan mental yang kurang baik, seperti (depresi, kecemasan, gejala somatik) dan stress yang diakibatkan dari pengaruh negatif dan kepuasan hidup yang rendah. Semakin tinggi rasa individu mengidolakan idolanya, maka akan menyebabkan individu memiliki rasa keterlibatan yang tinggi dengan idolanya dan semakin tinggi tingkat keintiman *intimacy* yang diimajinasikan penggemar terhadap idolanya (McCutcheon, Lange, Houran, 2002).

Jika individu sangat terobsesi, maka individu tidak akan terpengaruh dengan berita negatif idolanya. Fenomena ini berhubungan dengan hasil penelitian yang sebelumnya oleh Griffith, Aruguete, Edman, Green dan McCutcheon (2013) mengatakan apabila individu melakukan *Celebrity worship*, akan memiliki sikap yang tidak akan berubah meskipun banyak informasi di internet memberitakan mengenai hal-hal negatif ataupun positif mengenai idolanya. *Celebrity worship* merupakan salah satu hal yang berkaitan dengan *Subjective Well Being* (Maharani dkk, 2019). Menurut McCutcheon, Lange dan Houran (2002) *Celebrity worship* merupakan fenomena saat individu memiliki obsesi pada idolanya. *Celebrity Worship* dibagi menjadi 3 tingkatan, tingkat paling rendah pada *Celebrity Worship* yaitu *Entertainment social* mengarah pada hubungan individu dengan lingkungannya, memiliki hubungan sosial yang baik, memiliki perilaku yang aktif, pemberani serta periang. Kedua *Intense-Personal* yaitu kepribadian neuroticism merasa mudah cemas, mudah tertekan, lebih emosional. Tingkat paling tinggi yaitu *Borderline Pathological* yaitu mempunyai perilaku psikotisme contohnya agresif, egosentrik dan sulit bersosialisasi (Maltby, Houran & McCutcheon, 2004).

Penelitian yang dilakukan oleh Prihatiningrum (2018) mendapatkan hasil yang mengatakan bahwa adanya hubungan negatif antara *celebrity worship* terhadap *Subjective Well-Being*. Semakin rendah *celebrity worship* maka akan semakin tinggi *Subjective Well-Being* yang dimiliki oleh Kpopers, begitu juga sebaliknya apabila semakin tinggi *Celebrity Worship* maka semakin rendah *Subjective Well-Being* yang dimiliki oleh Kpopers. Penelitian lain yang dilakukan oleh Aini (2019) mendapatkan hasil yang berbeda yaitu tidak terdapat hubungan signifikan antara *Celebrity Worship* dengan *Psychological Well Being*. Penelitian oleh Arief (2021) ditemukan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dengan kepuasan hidup, afek positif dan afek negatif, bisa dikatakan bahwa *Celebrity Worship* tidak berkaitan dengan penilaian individu terhadap hidupnya. Maltby, Houran dan McCutcheon (2004) melakukan penelitian yang hasilnya mengatakan salah satu dampak negatif bagi seseorang yang melakukan *Celebrity Worship* adalah memiliki *Subjective well-being* yang rendah. Ketika individu berada ditingkat tertinggi *Celebrity Worship* akan muncul perilaku yang sulit dikontrol apabila orang tersebut memiliki *Subjective Well-Being* yang rendah.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya peneliti ingin melakukan penelitian kembali untuk bisa mengetahui apakah *Celebrity Worship* berpengaruh pada *Subjective Well Being* remaja penggemar *Kpop*. Alasan peneliti memilih judul ini, dikarenakan melihat fenomena dan hasil penelitian yang sudah dilakukan terdapat hasil yang positif dan negatif antara *Celebrity worship* dan *Subjective Well-Being* remaja penggemar *Kpop*.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan desain pendekatan korelasional. Data penelitian diperoleh dari instrument penelitian menggunakan skala *likert*. Alat ukur yang digunakan yaitu skala *celebrity worship* dan skala *Subjective well-being* yang dibuat oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek *celebrity worship* dan aspek- aspek *subjective well-being*. Dalam penelitian ini skala *Celebrity Worship* dan *Subjective Well Being* yang digunakan diadaptasi oleh Prihatiningrum (2018). Populasi yang peneliti gunakan pada penelitian ini yaitu anggota komunitas *Fortune Entertainment* berjumlah 80 orang. Prosedur pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* dengan metode *purposive sampling*. Sampel dipilih dengan syarat tertentu yaitu, penggemar selebriti *Kpop*, anggota aktif komunitas *Fortune Entertainment*, berusia 15- 21 tahun. Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode statistik korelasional yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* terhadap *subjective well-being* pada remaja penggemar k-pop. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi normalitas dan linearitas, serta uji deskriptif statistik untuk melihat kategori dari masing-masing variabel yang diukur. Hasil penelitian ini berupa data numerik yang diolah dengan bantuan program IBM SPSS (*Statistical Packages for Social Science*) version 25 for Windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Celebrity Worship		Subjective Well Being
N	55	55
Test Statistic	.073	.118
Asymp.Sig.(2-tailed)	.200 ^{c,d}	.056 ^c

Hasil uji normalitas menggunakan uji *kolmogorov smirnov test* dengan SPSS versi 25 pada variabel *Celebrity Worship* memiliki nilai koefisien normalitas sebesar 0,200 ($p > 0,05$), Variabel *Subjective Well Being* sebesar 0,056 ($p > 0,05$). Dari hasil pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data variabel *Celebrity Worship* dan variabel *Subjective Well being* berdistribusi normal.

2. Uji linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
SWB * CW	Between Groups	(Combined)	345,765	20	17,288	1,375	,202
		Linearity	115,884	1	115,884	9,214	,005
		Deviation from Linearity	229,881	19	12,099	,962	,522
	Within Groups		427,617	34	12,577		
	Total		773,382	54			

Dari hasil uji linearitas diketahui bahwa nilai signifikansi *deviation from linierity* sebesar 0,522 ($p > 0,05$) yang berarti terdapat hubungan yang linier antara *Celebrity Workshop* dengan *Subjective Well Being* pada penelitian ini.

3. Hasil Uji Hipotesis

Correlations

		CW	SWB
CW	Pearson Correlation	1	-,387**
	Sig. (2-tailed)		,004
	N	55	55
SWB	Pearson Correlation	-,387**	1
	Sig. (2-tailed)	,004	
	N	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil uji korelasi hipotesis yang sudah dilakukan, diketahui bahwa koefisien korelasi dari variabel *Celebrity Worship* dan *Subjective Well being* sebesar $r = -0,387$ dengan nilai sig = 0,004 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara *Celebrity Worship* terhadap *Subjective Well Being*. Dari hasil diatas bisa disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima,

terdapat hubungan negatif antara *Celebrity Worship* dengan *subjective well-being* pada remaja penggemar K-Pop.

Pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui mengenai hubungan antara *celebrity worship* dan *subjective well-being*. Dari hasil analisis data yang sudah dilakukan menunjukkan nilai koefisien (r) -0,387 dan nilai signifikan (p) $0,004 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara *celebrity worship* dan *subjective well-being*. Hasil perhitungan diatas bisa dikatakan bahwa semakin rendah kecenderungan seseorang dengan selebriti maka semakin tinggi pula kepuasan dan kebahagiaan dalam kehidupannya. Begitupun sebaliknya, semakin tinggi obsesi seseorang dengan selebriti maka semakin rendah kepuasan dan kebahagiaan dalam kehidupannya. Dari hasil yang didapat maka hipotesa pada penelitian ini diterima. Pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa *celebrity worship* menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *subjective well-being* seseorang.

Bedasarkan hal diatas maka perilaku-perilaku yang dimunculkan ketika seseorang mengalami *celebrity worship* baik dari rendah hingga tinggi dapat mengarah pada *subjective well-being* yang dimiliki oleh *K-popers* tersebut. *Subjective well-being* sendiri merupakan salah satu yang penting untuk setiap manusia. *Subective well-being* merupakan suatu teori subjektif pada individu terkait dengan kehidupannya termasuk konsep-konsep seperti kepuasan hidup dan kebahagiaan (Compton, 2005). Menurut Ryan & Deci Konsep kebahagiaan dan kepuasan hidup dalam konstuk *subjective well-being* bersifat hedonik yaitu mengandung prinsip kesenangan.

Implikasi dari penelitian ini diharapkan untuk individu yang menyukai kpop untuk sewajarnya saja ketika menyukai artis idolanya. Sebab saat seseorang terlalu berlebihan ketika menyukai sesuatu maka dapat mengarah pada permasalahan psikologis seperti depresi, kecemasan, stress dan gejala somatik.

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yaitu kurang spesifik fandom atau fans dari grup kpop mana yang di sukai oleh para penggemar sehingga hasil yang didapat masih umum kurang spesifik. Penelitian ini hanya berfokus untuk mengetahui mengenai hubungan antara *celebrity worship* dan *subjective well-being*. Sehingga tidak dapat memprediksi mengenai sebab dan akibat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang sudah dibahas di atas, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif antara *Celebrity Worship* terhadap *Subjective Well Being* remaja penggemar *Kpop*. Arah hubungan yang terjadi yaitu, apabila tingkat *Celebrity Worship* tinggi maka *Subjective Well Being* yang dimiliki oleh remaja tersebut rendah begitupun sebaliknya. *Celebrity Worshi* remaja komunitas Fortune Entertainment masuk kedalam kategori sedang begitu juga dengan *Subjective Well Being* remaja komunitas Fortune Entertainment masuk kedalam kategori sedang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aprilia, N. (2016). *Hal-hal biasa yang jadi luar biasa di mata Kpopers*. 19 November. Retrieved from <https://inikpop.com/hal-hal-yang-biasa-jadi-luar-biasa-mata-kpopers/2/>
- [2] Compton, W. C. (2005). *Introduction to Positive Psychology*. United States of America: Vicki Knight.
- [3] Dewi, D. P. K. S., & Indrawati, K. R. (2019). *Gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali*. Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana. Jurnal Psikologi Udayana. 6(2). 291-300
- [4] Diener, E. (2000). *Subjective well being. The science of happiness and a proposal for national index*. American Psychologist Association. Vol 55, No 1, 34-43
- [5] Diener, E. (2009). *Subjective well-being : a general overview*. Journal of Psychology, 39, (4)
- [6] Eid, M & Diener, E. (2004). *Global judgment of subjective well-being : Situational variability and long term stability*. Social Indicators Research, 65
- [7] Griffith, J., Aruguete M., Jeanne, E., Green, T, & McCutcheon, L. (2013). *The Temporal Stability of the Tendency to Worship Celebrities*. SAGE Open, 1-5
- [8] Jannati, N.N & Qodariah, S. (2021). *Pengaruh Celebrity Worship terhadap Subjective Well Being pada Penggemar NCT di Bandung*. Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Islam Bandung, 7(2).
- [9] 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>
- [10] Maltby, J., Houran, J, & McCutcheon, L. E. (2004). *A Clinical Interpretation Of Attitudes and Behaviors Associated with Celebrity worship*. The journal of Nervous and Mental Disease, 191, (1), 25-29.
- [11] Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Gillett, R., Houran, J., Ashe, D. D. (2004). *Personality and coping: A context for examining celebrity worship and mental health*. British Journal of Psychology. 95, 411-428.
- [12] Maltby, J, Giles, D.C. Barber, L. dan McCutcheon, L.E. (2005). *Intense Personality Celebrity Worship and Body Image : Evidence of A Link Among Female Adolescents*. British Journal of Health Psychology vol 10, hal. 17- 32.
- [13] Maharani, R. A., dkk. (2019). *Hubungan Subjective Well-Being Dengan Celebrity Worship Pada Anggota Bollywood Mania Club Indonesia Di Jakarta*. Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul Jakarta.
- [14] McCutcheon, L., Lange, R, & Houran, J. (2002). *Conceptual and measurement of celebrity worship*. British Journal of Psychology, 67-89.
- [15] Pavot, W & Diener, E. (2004). *The Subjective Evaluation of Well-Being Of Well-Being in Adulthood: Findings and Implications*. Ageing International, 29, (2).
- [16] Prihatiningrum, A. (2018). *Celebrity Worship Dan Subjective Well-Being Dikalangan K-Popers*. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
- [17] Sari, P. W. (2012). *Fenomena Hallyu bagi Indonesia*. 07 Januari. Retrieved from http://newsinformationforyou.blogspot.co.id/2012/01/fenomena-hallyu-bagiindonesia_07.html?m=1
- [18] Zhong, J. Y., & Mitchell, V.-W. (2013). *Does consumer well-being affect hedonic consumption? Psychology & Marketing*. <https://doi.org/10.1002/mar.20545>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN