**GAMBARAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA PENGGEMAR K-POP**

***THE IMAGE OF CELEBRITY WORSHIP AMONG K-POP FANS***

**Gusti Ayu Dinda Tri Dewinta1, Juwandi, S. Psi., M,Si2**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[200810037@student.mercubuana-yogya.ac.id](mailto:200810037@student.mercubuana-yogya.ac.id)

085338232559

**Abstrak**

Saat ini, budaya Korean Pop, juga dikenal sebagai K-pop sangat popular di Indonesia, terutama pada kalangan remaja dan dewasa awal. Menjadi penggemar adalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan akan suatu hiburan yang dapat memunculkan motivasi dan kebahagiaan. Namun, pada kenyataannya, banyak penggemar yang awalnya hanya mengagumi kemudian berubah menjadi obsesi. Dalam ilmu psikologi, perspektif ini disebut sebagai fenomena *celebrity worship*. Perilaku yang ditunjukkan oleh individu yang mengalami *celebrity worship* adalah mencari tahu segala hal mengenai selebriti termasuk informasi pribadi dan memiliki perilaku obsesif-kompulsif. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan wawancara sebagai pengumpulan data utama. Pada penelitian ini juga akan menjelaskan mengenai gambaran mendalam c*elebrity worship* pada penggemar K-pop, faktor-faktor *celebrity worship* dan dampak dari *celebrity worship.*

**Kata Kunci:** *celebrity worship,* penggemar K-pop, dewasa awal

***Abstrac***

*Currently, Korean Pop culture, also known as K-pop is very popular ini Indonesia, especially among teenagers and earlu adults. Becoming a fan is one way to fulfill the need for entertainment that can generate motivation and hapiness. However, in reality, many fans initially only admire then turn into obsession. In psychologu, this perspective is called the celebrity worship phenomenon. The behavior shown by individuals who wxperience celebrity worship is finding out everything about celebrities including personal information and having obsessive-compulsive behavior. This research is qualitative research with interviews as the main data collection. This research will also explain the in-depth of celebrity worship among K-pop fans, the fantors of celebrity worship and the impact of celebrity worship.*

***Keywords:*** *celebrity worship, K-pop fans, early adulthood*

**PENDAHULUAN**

Budaya Korean Pop atau biasa disebut dengan K-pop saat ini sedang popular di Indonesia, khususnya di kalangan remaja dan dewasa muda. Penggemar K-pop di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, bahkan menduduki puncak teratas sebagai negara dengan jumlah penggemar K-pop terbesar di dunia maya pada tahun 2021, berdasarkan laporan *twitter*, didasarkan menurut *unique authors* (CNN Indonesia, Januari 2022). Bintang K-pop tidak hanya musisi dan penari berbakat saja, tetapi juga idola yang memiliki karakteristik fisik yang menarik dan atraktif (Sakinah, Hasna & Wayuningsih, 2022). Seiring berjalanya waktu, penggemar K-pop merasakan rasa kekeluargaan melalui pengalaman yang dihasilkan dengan daya tarik tokoh idola, menciptakan ikatan yang erat dan meningkatkan rasa keintiman antara penggemar dan idolanya (Perbawani & Nuralin, 2021).

Menjadi seorang penggemar merupakan salah satu wujud pemenuhan kebutuhan akan suatu hiburan yang sangat penting dan telah menjadi salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi selain memenuhi kebutuhan pokok yang mendasar (Cesara & Putri, 2020). Setiap individu termasuk penggemar K-pop diharapkan dapat menciptakan kebahagiaan sendiri dan tidak menggantungkan kebahagiaan pada idolanya. Cara terbaik untuk mengidolakan seseorang adalah dengan memberikan dukungan sewajarnya. Namun pada kenyataannya banyak penggemar yang justru mengidolakan seseorang dengan berlebihan. Robbins (dalam Rooroh, Dotulong & Pandowo, 2022) menyatakan bahwa setiap manusia memiliki rasa dan emosi berupa perasaan sangat kuat yang ditunjukkan kepada seseorang atau sesuatu, emosi juga dapat dikatakan reaksi terhadap seseorang atau suatu kejadian.

Perasaan yang sangat kuat ini juga yang menjadikan pengemar K-pop dari sekedar mengagumi berubah menjadi obsesi akibat dari kekaguman berlebih yang menimbulkan *celebrity worship.* McCutcheon, Lange, dan Houran (2002) mengemukakan bahwa *celebrity worship* merupakan rangkain satu fenomena yang bersilih dari kekaguman yang rendah hingga tahap tinggi, Menurut Maltby et al, (dalam Widjaja & Ali, 2015) terdapat tiga aspek yang dapat digambarkan sebagai tingkatan *celebrity worship* yaitu *Entertainment-social*, *Intense-personal*, dan *Borderline-pathalogical*.

Menurut Maryam (2016) perilaku *celebrity worship* dapat berdampak negatif pada kesehatan mental yang rendah, seperti kecemasan, harga diri yang turun, *stalking*, depresi dan perilaku ekstrem lainnya. Serupa dengan penelitan yang telah dilakukan sebelumnya Sansone dan Sansone (2014) hasilnya menunjukkan bahwa individu yang mengalami *celebrity worship* yang tinggi cenderung memiliki kesehatan mental yang buruk yang berkaitan dengan penyakit psikologis seperti pembelian kompulsif, kontrol diri yang rendah, perilaku menguntit, kecanduan atau bahkan kriminalitas. Penggemar yang terobsesi dengan idolanya rela untuk melakukan apapun agar dapat bertemu atau berkontribusi dalam karir sang idola sebagai bentuk dukungan mereka.

Kasus-kasus mengenai *celebrity worship* yang telah diuraikan sebelumnya hanya beberapa bentuk dari pemujaan selebriti, sehingga peneliti ingin mengetahui lebih lanjut perilaku *celebrity worship* penggemar K-pop Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan *celebrity worship* pada penggemar K-pop.

**METODE**

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi merupakan metode penelitian kualitatif yang memungkinkan peneliti menerapkan dan mengimplementasikan subjektivitas dan keterampilan interpersonalnya dalam proses penelitian eksploratori. Menurut Walidin, Saifullah dan Tabrani (dalam Fadli, 2021) penelitian kualitatif adalah penelitian dengan tujuan untuk memahami fenomena manusia atau sosial melalui penciptaan gambaran utuh dan kompleks yang dapat disajikan dalam kata-kata, laporan terinci yang diperoleh dari sumber informan, dan dilakukan dalam lingkungan alamiah. (Alase, 2017). Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi untuk mengumpulkan data dari partisipan, dengan wawancara sebagai metode utama.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu: a) Membuat dan mengatur data yang sudah dikumpulkan, b) Melakukan pengkodean data atau *coding,* c) Mengumpulkan data-data ke dalam unit makna ke dalam tema penelitian, d) interpretasi.

Partisipan 1 (MA) merupakan wanita berusia 25 tahun dan telah menjadi penggemar K-pop selama 6 tahun. Partisipan 2 (LP) merupakan wanita berusia 30 tahun dan telah menjadi penggemar K-pop selama 15 tahun. Partisipan 3 (BK) merupakan laki-laki berusia 24 tahun dan telah menjadi penggemar K-pop selama 10 tahun. Partisipan 4 (WY) merupakan wanita berusia 24 tahun dan telah menjadi penggemar K-pop selama 7 tahun.

**Partisipan Pertama (MA)**

Partsipan MA pertama kali mengenal K-pop pada tahun 2009, yaitu pada saat partisipan berada di bangku sekolah dasar. Alasan partisipan menyukai K-pop karena mengikuti teman-temannya yang juga merupakan seorang penggemar K-pop. Selain itu, kurangnya *boyband* atau *girlband* yang mengesankan di Indonesia menjadikan K-pop lebih menarik menurut partisipan MA.

Partisipan merasa idola K-pop adalah bagian penting dalam kehidupannya. Kehadiran idola K-pop sangat mempengaruhi kesejahteraan emosi partisipan. Partisipan rela mengorbankan waktu dan uang untuk mendukung idola K-popnya tanpa merasa rugi. Partisipan juga memiliki kepercayaan bahwa dirinya dicintai dan diselamatkan oleh idola K-pop. Partisipan menghargai usaha yang dilakukan oleh idola K-pop kepada para penggemar sehingga partisipan mengharapkan hal yang sama dalam hubungan pribadinya. Bagi partisipan, K-pop membantu meningkatkan persepdi diri yang positif untuk kepercayaan menerima diri sendiri dengan segala kelebihan dan kekurangnnya.

**Partisipan Kedua (LP)**

Partisipan LP mulai mengenal K-pop pada tahun 2009. Awal menyukai K-pop, partisipan tertarik dengan visual idola yang dirasa sesuai dengan selera partisipan terhadap gaya dan penampilan. Partisipan aktif mencari informasi terbaru mengenai idolanya melalu media sosial atau dalam komunitas penggemar. Partisipan mengakui bahwa ia memiliki dorongan untuk terus memperbarui dan melengkapi koleksi barang-barang K-pop bahkan telah menghabiskan jutaan rupiah. Obsesi terhadap idola K-pop, partisipan sering terlibat konflik di media online untuk membela idola K-popnya. Selain itu, partisipan juga mengikuti akun-akun illegal untuk mendapatkan informasi pribadi idolanya.

Ada perasaan kesamaan antara partispan dengan idolanya dalam hal minat atau pengalaman pribadi. Kerjakeras yang dilakukan oleh idola K-pop membuat partisipan tidak hanya tertarik sebatas selebriti tetapi juga sumber inspirasi untuk mengembangkan diri. Partisipan merasa bahwa nilai-nilai positif yang ditampilkan oleh idola K-pop dapat dijalankan dalam kehidupan nyata, khususnya dalam memilih pasangan.

Media sosial dan aplikasi streaming menjadi jembatan bagi partisipan untuk memperdalam keterlibatan terhadap perasaan dekat dengan idolanya. Bahkan partisipan dapat menghabiskan waktu seharian hanya untuk mencari informasi mengenai idolanya di internet. Kerjasama antara idola K-pop dengan merek-merek besar meningkatkan status dan citra idola di mata partispan. Hal tersebut membuat partisipa menjadi boros dan pemboroan tersebut dianggap sebagai self-reward.

**Partisipan Ketiga (BK)**

Ketertarikan partisipan terhadap idola K-pop dipengaruhi oleh penampilan visual. Karakterisktik musi Korean pop memenuhi kebutuhan dan preferensi partisipan. Selain itu, partisipan juga tertarik pada kinerja dan profesionalisme dari idola-idola K-pop. Partisipan merasa bahwa hubungannya dengan idola K-pop telah menjadi bagian penting dari hidupnya.

Memiliki minat yang tinggi untuk mengenakan pakaian yang sama seperti yang dipakai oleh para idola K-pop, partisipan berusaha untuk meniru atau memiliki hal-hal yang terkait dengan kehidupan idola K-popnya. Partisipan sering memikirkan idolanya, tidak hanya memikirkan idola secara umum tetapi juga membayangkan aktivitas spesifik yang mungkin idola K-popnya lakukan. Tidak hanya itu, partisipan melibatkan dirinya dalam konflik atau “war” dengan penggemar lain untuk membela idolanya karena kritik atau serangan.

Siaran langsung yang dilakukan oleh idola K-pop memperkuat ikatan emosional antara partisipan dengan idolanya. Melalui media online, partispan memiliki kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan idolanya. Partisipan menghabiskna waktu 7-9 jam untuk berselancar di media sosial untuk mencari informasi terbaru mengenai idolanya. Melalui pengidolaan partisipan merasa lebih percaya diri dan tidak mudah insecure karena K-pop adalah letak kebahagiannya.

**Partisipan Keempat (WY)**

Partisipan WY menyukai genre lagu K-pop dan menikmati penampilan yang diberikan oleh idola K-pop di atas panggung. Selain itu, partisipan juga tertarik dengan sikap romantis yang dimiliki oleh idola K-pop dan memiliki fantasi menjalin hubungan dengan idolanya. Terdapat hubungan yang kuat antara partisipan dan idolanya, karena partisipan mengidentifikasi dirinya memiliki kepribadian yang sama. Hubungan yang kuat ini membuat partisipan WY tidak menginginkan idolanya memiliki pasangan karena partisipan WY merasa akan kehilangan minat dan merasa terganggu.

Karya idolanya mampu mengekspresikan perasaan dan masalah yang parisipan hadapi sehingga menciptakan ikatan emosional yang kuat. Partisipan juga mengumpulkan dan berinteraksi dengan barang-barang yang berkaitan dengan idola K-pop karena memberikan kepuasan bagi partisipan. Akibat hal tersebut, partisipan sering menghabiskan uang untuk membeli barang-barang yang berkaitan dengan K-pop.

**KESIMPULAN**

***Gambaran Celebrity Worship pada Penggemar K-pop***

Alasan keempat partisipan dalam penelitian ini adalah daya tarik fisik dari K-pop yang menciptakan rasa kekaguman yang kuat. Namun tidak hanya itu ketertarikan terhadap industri hiburan Korea juga terjadi karena genre lagu yang unik serta penampilan panggung disertai koreografi yang rumit menarik perhatian penggemar dan memberikan pengalaman yang berbeda dibandingkan dengan musik lokal. Selain itu, partisipan menggambarkan sosok idola sebagai sosok yang sempurna untuk dijadikan pasangan menunjukkan bahwa idola tidak hanya dihargai karena karya dan bakat, tetapi juga digambarkan sebagai figure ideal yang mewakili harapan dan impian partisipan. Gambaran ideal ini memperkuat keterikatan emosional dan membuat penggemar merasa lebih dekat dengan idolanya.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, partisipan menganggap idola K-pop sebagai orang yang dekat dengannya. Eksposur media memberikan akses luas ke kehidupan idola. Penggemar seolah-olah tahu semua tentang idolanya melalui media. Penggemar merasa seperti benar-benar mengenali idolanya dari latar belakang, hobi, dan kepribadian sang idola karena pengalaman mereka melalui media ini dianggap sebagai hubungan yang nyata. Ilusi mengalami interaksi tatap muka dengan tokoh selebriti dalam suatu tonton ini dapat memunculkan fenomena yang disebut hubungan parasosial

***Faktor Celebrity Worship pada Penggemar K-pop***

*Task attraction* yang dialami oleh partisipan mencakup rasa kagum terhadap dedikasi dan kerja keras yang dilakukan idolanya untuk mencapai kesuksesan. Seorang individu akan mempertimbangkan peran menerima, menolak atau menafsirkan interaksi parasosial dengan persona media setelah program berakhir. Adanya koneksi ini membuat seseorang merasa senang berinteraksi dengan kepribadian idola favortinya.

Partisipan sering kali melihat diri mereka dalam sosok selebriti yang diidolakan. Partisipan menganggap idolanya mencerminkan perasaan, prinsip, atau pengalaman pribadi mereka sendiri yang termasuk dalam *identification attraction*. Selanjutnya, aspek *romantic attraction* yang dialamai partisipan dalam penelitan ini berupa perasaan dekat dengan idolanya. Penggemar tidak hanya membayangkan berkomunikasi langsung dengan idolanya, tetapi juga sampai memimpikan dirinya sebagai pasangan idolanya serta menaikkan ekspektasi mereka terhadap pasangan di dunia nyata.

***Dampak Celebrity Worship pada Penggemar K-pop***

Dampak *celebrity worship* yang ditemukan pada partisian terbagi menjadi dua jenis, yaitu dampak positif dan negatif. Dampak positif yaitu dukungan emosional yang diberikan oleh idola memberikan kenyamanan, mengatasi kesepian, dan membantu penggemar menghadapi masa-masa sulit. Keberhasilan yang diraih oleh idola akibat dari kerja keras, ketekunan, dan dedikasi juga menjadi sumber inspirasi bagi penggemar. Penggemar yang melakukan pengidolaan merasa termotivasi untuk mengejar impian dan tujuan mereka sendiri dengan semangat yang sama.

Pada penelitian ini juga ditemukan bahwa pengidolaan yang dilakukan oleh partisipan memiliki dampak positif pada peningkatan *self-esteem*. *Celebrity worship* dapat meningkatkan rasa percaya diri (self-esteem) partisipan melalui identifikasi dengan idola, sumber inspirasi, dukungan emosional, pengakuan dan penerimaan dalam komunitas, pencapaian melalui aktivitas penggemar, serta teladan dan panutan yang baik.

**DAFTAR PUSTAKA**

Alase, Abayomi. (2017). *The Interpretative Phenomenological Analysis (IPA): A Guide to a Good Qualitative Research Approach. IJELS: International Journal of Education & Literacy Studies.* 5*(2).* doi: <http://dx.doi.org/10.7575/aiac.ijels.v.5n.2p.9>

Cesara, C.M., Putri, Y.R. (2020). Ananlisis Gaya Hidup Penggemar Pada *Fandom* K-pop (Studi Pada Penggemar *Wanna One* Dalam *Fandom Wannable* Indonesia.*7*(2), 6984-6992. Retrieved form <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/162825/jurnal_eproc/analisis-gaya-hidup-penggemar-pada-fandom-kpop>

CNN Indonesia. (2022, 26 Januari). *Indonesia Jadi Negara dengan K-poper Terbesar di Twitter*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/Indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter>

Maryam,Naqiyah., Dewi. M.S. (2016). Pengaruh Pola Asuh Orang Tua dan Celebity Worship Terhadap Self-Esteem Remaja Penggemar K-pop di DKI Jakarta, *TAZKIYA Journal Of Psychology, 4*(2), 148-162. doi: <https://doi.org/10.15408/tazkiya.v4i2.10857>

McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). *Conpceptualization and measurement of celebrity worship*. *British Journal of Pyschology, 93*(1), 67-87. doi:<http://dx.doi.org/10.1348/000712602162454>

Rooroh, E.G., Dotulong, L., Pandowo,M. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Telkon Indonesia Di Manado. *Jurnal Emba, 10*(1), 818-827. Retrieved form <https://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/>

Sakinah, R. N., Hasna, S., W, Yona., (2022). Pengaruh Positif Fenomena K-pop Terhadap Karakter Generasi Muda di Indonesia. *Journal on Education. 5*(1), 735-745. Retrieved form <http://jonedu.org/index.php/joe>

Sansone, Randy A., Sansone, Lori A., (2018). *I’am Your Number One Fan*. New York: Bloomsburry Publishing Inc, *11*(1-2), 39-43

Widjaja, A.K, & Ali, M.M. (2015). Gambaran *Celebrity Worship* Pada Dewasa Awal Di Jakarta. *HUMANIORA, 6*(1), 21-28. Retrieved from <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3294>