**HUBUNGAN ANTARA *LONELINESS* DENGAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA MAHASISWI PENGGEMAR K-POP**

***HUBUNGAN ANTARA LONELINESS DENGAN CELEBRITY WORSHIP PADA MAHASISWI PENGGEMAR K-POP***

**Putri Novi Sita Dewi, Anwar., M.Si**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Putrinovisitaa@gmail.com

Alanwar535@outlool.com

087727259323

**Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fenomena *celebrity worship* terhadap dunia hiburan Korean pop yang banyak diminati oleh individu di indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan hubungan antara *loneliness* dengan *celebrity worsip* pada mahasiswi di indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Sampel pada penelitian ini berjumlah 170 orang yang merupakan mahsiswa penggemar k-pop di indonesia. Skala yang digunakan adalah skala *likert* dan dianalisis menggunakan teknik analisis *product moment*. Hasil penelitian menunjukan secara umum mahasiswi berada pada kategori *loneliness* yang tinggi dan *celebrity worship* berada pada kategori sedang. Hasil analisis product moment koefisien korelasi rxy = 0,186 (p < 0,05) yang artinya terdapat hubungan positif yang signifikan antara *loneliness* dengan *celebrity worship* pada mahasiswi penggemar k-pop.

Kata kunci: *loneliness, Celebrity worship,* Penggemar k-pop

***ABSTRACT***

*This study is motivated by the phenomenon of celebrity worship within the Korean pop entertainment industry, which has gained significant popularity among individuals in Indonesia. The aim of this research is to depict the relationship between loneliness and celebrity worship among female college students in Indonesia. The study employs a quantitative approach with a correlational method. The sample size for this research comprises 170 individuals who are college students and K-pop fans in Indonesia. The Likert scale is utilized as the measuring instrument and analyzed using the product-moment analysis technique. The research findings indicate that, on the whole, female college students fall into the high loneliness category, while their celebrity worship falls into the moderate category. The product-moment analysis results in a correlation coefficient of rxy = 0.186 (p < 0.05), which implies a significant positive relationship between loneliness and celebrity worship among female K-pop fans.*

*Keywords: loneliness, Celebrity worship, k-pop fans*

**PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi saat ini kemajuan teknologi tidak dapat dihindari dan berkembang sangat pesat, berbagai informasi bisa didapatkan hanya dengan mengakses internet (Ngafifi, 2014). Tidak hanya di dalam negeri kecanggihan internet juga dapat mengakses informasi hingga manca negara. Kemudahan mengakses internet dimanfaatkan oleh sebagian orang untuk menghibur diri dengan mencari tahu mengenai selebriti atau artis idolanya menggunakan *platform* media sosial seperti *instagram, twitter, youtube* dan masih banyak media sosial lainnya (Arianti, 2017).

Selebriti yang sedang banyak di idolakan saat ini yaitu *idol* yang berasal dari Korea Selatan yang biasa disebut k-pop. Korea Selatan merupakan negara maju dalam bidang teknologi juga dunia hiburan. Dunia hiburan di Korea Selatan sangat mendominasi hingga manca negara. Seorang selebriti atau artis tentunya tidak terlepas dari *fans* atau penggemar. Semakin banyak penggemar dapat dikatakan selebritis tersebut telah mencapai kesuksesannya. *K-popers* merupakan istilah untuk penggemar yang mengidolakan selebriti asal Korea Selatan yang bekerja dibidang industri musik k-pop. Individu akan terus mengikuti musik terbaru yang berasal dari Korea Selatan dan juga bergabung kedalam sebuah komunitas yang biasa disebut *fandom* (Fauziah & Kusumawati, 2013)

Dikutip dari (cnnindonesia.com) jumlah penggemar k-pop pada tahun 2022 mencapai 178.825.261 orang. Angka tersebut didapat dari survei di 118 negara oleh 149 misi diplomatik korea dibidang penyiaran, film, k-pop dan lainnya. Di analisis menggunakan *Unique Auuthor* melalui *platform* media sosial twitter Indonesia menjadi negara dengan jumlah penggemar k-pop terbesar di dunia pada tahun 2021 (goodstats.id)

McCutcheon, Lange dan Houran (2002) mwngungkapkan c*elebrity corship* merupakan hubungan satu arah seorang penggemar terhadap idolanya yang mengakibatkan rasa suka berlebih terhadap idola meraka. Maltby, Giles, Barber dan McCutcheon (2005) mengungkapkan ada 3 aspek *Celebrity Worship* yaitu, *Entertainment-social, Intense-personal* dan *Borderline-pathological*. Ada akibat serius yang akan muncul pada masing-masing pelaku *Celebrity Worship* yaitu gangguan psikologis serta *borderline personality disorder*. Dari *DSM-5 borderline personality disorder* ditandai dengan ketidakstabilan dalam hubungan interpersonal, gambaran diri, dan prilaku implusif (Sari, hamidah, marheni, 2020). Selain dari akibat gangguan psikologis yang muncul nantinya, akibat negatif melakukan *Celebrity Worship* yaitu menghasilkan kinerja belajar individu menjadi rendah, harga diri rendah, kemudian mengalami kesulitan untuk menentukan identitasnya.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh Boon dan Lomore (2001) menyatakan terdapat 75% individu memiliki ketertarikan yang sangat kuat kepada selebriti didalam kehidupannya yaitu pada masa dewasa awal. Salah satu faktor yang menyebabkan *celebrity worship* adalah kesepian (*loneliness*) Tingkat *loneliness* paling tinggi umumnya dialami oleh mahasiswa tingkat pertama (Ceyhan, 2011).

*Loneliness* bisa menjadikan faktor Utama Individu untuk menjadi *Celebrity Worship*. individu yang merasa *loneliness* akan terlihat cenderung lebih mudah merasa stres daripada Individu yang tidak merasa kesepian (l*oneliness*). Kesepian didefinisikan sebagai perasaan negatif yang ditandai dengan kesedihan, kurangnya semangat, tidak berharga dan berfokus pada kegagalan yang dialami. Gejala tersebut merupakan gangguan alami emosi. (Russel, 1996) Menurut Perlman dan Peplau (1998) Ketika dihadapkan pada persoalan besar maupun kecil, orang yang kesepian cenderung mudah stress dan kesulitan mengatur dan mengkontrol emosi. Individu merasa tidak memiliki teman untuk membantu Individu. Beberapa dari Individu mencoba mengatasi kesepian dengan menjadi penggemar K-pop, akan tetapi terkadang Individu menjadi terobsesi dan melakukan *Celebrity Worship*. . Sesuai penjelasan diatas peneliti ingin mengetahui apakah terdapat hubungan antara Loneliness (kesepian) dengan *Celebrity Worship* mahasiswi penggemar K-pop.

**METODE**

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 170 mahasiswi aktif penggemar k-pop dengan karakteristik subjek yang telah sesuai dengan kriteria yaitu, merupakan mahasiswi aktif penggemar k-pop yang berada pada rentang usia 18 hingga 24 tahun berjenis kelamin perempuan yang merupakan peralihan dari remaja pada masa dewasa awal.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner malalu google formulir ke berbagai sosial media sepeti *twitter, insatgram* dan *tik-tok*. Skala *celebrity worship* menggunakan opsi 1 sampai 5 dengan pilihan jawaban SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), KS (Kurang Sesuai), TS (Tidak Sesuai), STS (Sangat Tidak Sesuai. Sedangkan skala *loneliness* menggunakan opsi 1-4 dengan pilihan jawaban S (Selalu), KK (Kadang-Kadang), J (Jarang), TP (Tidak Pernah). Data yang didapat diolah menggunakan bantaun JAMOVI 2.3.26 *for mac*.

Skala celebrity worship yang digunakan yaitu skala yang dibuat sendiri oleh peneliti mengacu pada aspek Maltby, dkk (2005) *entertaiment-social, intesnse personal, bortherline pathological.* Skala loneliness menggunakan skala University of California Los Angles ver.3 yang dikembangkan oleh Rusell pada tahun 1996 yang diterjemahkan kedalam bahasa indonesia (Rusell, 1996)

Terdapat 20 aitem untuk skala *loneliness* dan 40 aitem untuk skala *celebrity worship*. Penulis melakukan uji coba terhadap kedua skala penelitian. Setalah dilakukan uji coba di dapat hasil untuk skala *celebrity worship* koefisien reliabilitas 0,906 dengann 12 aitem yang gugur karena tidak mencapai 0,30 setelah aitem digugurkan koefisien reliabilitas 0,935. Sedangkan untuk skala *loneliness* koefisien korelasi 0,728 dengan 9 aitem yang digugurkan karena tidak mencapai 0,30.

Uji hipotesis yang diakukan dalam penelitain ini menggunakan uji korelasi *product moment* dengan bantuan program JAMOVI 2.3.26 *for mac*.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Subjek pada penelitian ini merupakan mahasiswi penggemar k-pop yang berjumlah 170 orang, dari 170 subjek terdapat 169 (99,4%) perempuan dan 1 (0,6%) laki-laki. Data deskriptif penelitian dari 170 orang responden yang diperoleh dari skala *loneliness* dan *celebrity worship* akan digunakan sebagai dasar pengujian hipotesis menggunakan skor hipotetik dan empirik. Data skor hipotetik dan skor empirik yang di deskripsikan adalah minimum, maksimum, jarak sebaran (range), standar deviasi dan rata-rata (mean). data deskriptif untuk skala *loneliness* dan skala *celebrity worship* dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Deskripsi Data

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel  | N | Mean | Data Hipotek | SD | Mean | Data Empirik  | SD |
| Skor | Skor  |
| Min | Max | Min | Max |
| *Celebrity worship*  | 170 | 84 | 28 | 140 | 18,6 | 75,3 | 45 | 118 | 15,3 |
| *Loneliness* | 170 | 27,5 | 11 | 44 | 5,5 | 33,2 | 20 | 43 | 4,52 |

Berdasarkan analisis data deskripsi statistik untuk variabel c*elebrity worship* diperoleh data hipotetik dengan skor minimum subjek 1 × 28 = 28 dan skor maksimal 5 × 28 = 140, rerata hipotetik (140 + 28) : 2 = 84, jarak sebaran hipotetik 140 - 28 = 112 dan standar deviasi (140 - 28) : 6 = 18,6. Sedangkan analisis data deskripsi statistik untuk variabel *loneliness* diperoleh data hipotetik dengan skor minimum subjek 1 × 11 = 11 dan skor maksimal 4 × 11 = 44, rerata hipotetik (44 + 11) : 2 = 27,5, jarak sebaran hipotetik 44 - 11 = 33 dan standar deviasi (44 - 11) : 6 = 5,5.

Hasil analisis dari data empirik yaitu skor minimum 45 dan skor maksimum 118, rerata empirik 75,2 dan standar deviasi 15,3. Sedangkan hasil analisis dari data empirik skor minimum 20 dan skor maksimum 43, rerata empirik 33,2 dan standar deviasi 4,52.

Berdasarkan data deskriptif yang diperoleh, maka peneliti melakukan kategorisasi terhadap variabel penelitian, yaitu *celebrity worship* dan *loneliness*. Kategorisasi bertujuan untuk menempatkan individu kedalam kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinium berdasarkan atribut yang diukur (Azwar, 2015). kategorisasi variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Kategorisasi Skor Skala Celebrity Worship

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Kategori**  | **Pedoman**  | **Skor**  | **N** | **Persentase** |
| Tinggi (*Bortherline pathological)* | X > (µ + 1σ) | X > 102,6 | 6 | 3,5% |
| Sedang (*Intense personal feeling)*  | µ-1σ $\leq $ X < (µ+ 1σ) | 65,4$ \leq $ X < 102,6 | 118 | 69,4% |
| Rendah (*Entertaiment social)* | X < (µ-1 σ) | X < 65,4 | 46 | 27,1% |
|  |  | TOTAL | 170 | 100% |

Pada variabel *celebrity worship* dikategorisasikan menjadi 3 yaitu tinggi (*Bortherline pathological)*, sedang (*Intense personal feeling)*, rendah (*Entertaiment social)*. Hasil kategorisasi berdasakan mean atau rerata dan standar deviasi hipotetik yang diperoleh yaitu sebesar 3,5% (6 subjek) untuk kategori tinggi *(Bortherline-pathological)*, 69,4% (118 subjek) untuk kategori sedang (*Intense personal feeling )*, 27,1% (46 subjek) untuk kategori rendah (*Entertaiment social)*. Dapat disimpulkan bahwa pada variabel penelitaian *celebrity worship* ini cenderung sedang.

Tabel 3. Kategorisasi Skor Skala *Loneliness*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Kategori**  | **Pedoman**  | **Skor**  | **N** | **Persentase** |
| Sangat Tinggi |  µ+1,5 σ < X | X > 35,5 | 57 | 33,5% |
| Tinggi  | µ+0,5 σ < X $\leq $ µ+1,5 σ | 30,25 < X $\leq $ 35,5  | 66 | 39% |
| Sedang  | µ-0,5 σ < X $\leq $ µ+0,5 σ | 24,75 < X $\leq $ 30,25 | 41 | 24% |
| Rendah  | µ-1,5 σ < X $\leq $ µ-0,5 σ | 19,25< X $\leq $ 24,75 | 6 | 3,5% |
| Sangat Rendah | X $\leq $ µ-1,5 σ | X $\leq $ 19,25 | 0 | 0% |
|  |  | TOTAL | 170 | 100% |

Hasil kategorisasi berdasakan mean atau rerata dan standar deviasi hipotetik yang diperoleh yaitu sebesar 33,5% (57 subjek) untuk kategori sangat tinggi, 39% (66 subjek) untuk kategori tinggi, 24% (41 subjek) untuk kategori sedang, 3,5% (6 subjek) untuk kategori rendah, dan 0% (0 subjek) untuk kategori sangat rendah. Dapat disimpulkan bahwa pada variabel penelitaian *lonliness* ini cenderung tinggi.

Uji hipotesis

Hasil analisi korelasi variabel *celebrity worship* dengan *loneliness* diperoleh koefisien korelasi rxy = 0,186 0,008 (p < 0,05), berarti terdapat korelasi positif yang signifikan antara *loneliness* dengan *celebrity worship.* Derajat koefisien korelasi uji hipotesis variabel *loneliness* dengan *celebrity worship* masuk ke dalam kategori sangat rendah. Kondisi ini menujukan bahwa semakin tinggi tingkat *loneliness* maka *celebrity worship* juga cenderung tinggi.

kategorisasi skala *loneliness* menujukan bahwa subjek penelitian menunjukan bahwa subjek mengalami *loneliness* yang tinggi. Dapat disebabkan oleh intensitas hubungan sosial yang diharapkan oleh mahasiswi tidak sejalan dengan yang diharapkan, sehingga pada akhirnya mahasiswi akan merasa terisolasi dan tidak memiliki hubungan dengan orang lain. Sedangkan kategorisasi skala *celebrity worship* dapat disimpulkan bahwa pada variabel penelitaian *celebrity worship* ini cenderung sedang. Semakin dekat hubungan dan komunikasi interpersonal antara penggemar dengan selebriti idola membuat penggemar berusaha untuk masuk kedalam kehidupan selebriti idolanya dan mengabaikan hubungan sosial dengan orang lain meskipun pada akhirnya hubungan penggemar dengan selebriti idola hanya berjalan satu arah saja. Hal ini sejalan dengan McCutcheon, lange, dan houran (2002) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat keterlibatan penggemar tehadap selebriti idola semakin tinggi pula keterlibatan dan imajinasi terhadap selebriti idola tersebut dan menjadi hubungan satu arah yang terjadi antara individu dengan selebriti idola.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini mengenai hubungan antara *loneliness* dengan *celebrity worship* pada mahasiswi penggemar k-pop, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang postif antara *loneliness* dengan *celebrity worship* pada mahasiswi penggemar k-pop. Hal ini menunjukan semakin tinggi tingkat *loneliness* maka tingkat *celebrity worship* pada mahasiswi penggemar k-pop cenderung rendah. Secara umum *loneliness* pada mahasiswi penggemar k-pop berada pada kategori tinggi. Ini meunjukan bahwa secara umum mahasiswi memiliki ketidakpuasan dalam kehidupan sosial dan tidak memiliki temen dekat untuk bisa bertukar pikiran dan merasa terisolasi dari orang lain. Sedangkan *celebrity worship* pada mahasiswi penggemar k-pop ini ada pada kategori *intense personal.* membuat penggemar berusaha untuk masuk kedalam kehidupan selebriti idolanya meskipun pada akhirnya hubungan penggemar dengan selebriti idola hanya berjalan satu arah.

**DAFTAR PUSTAKA**

Alifah, N. N. (2022, 22 September). Indonesia Jadi Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak di Dunia. Diakses pada tanggal 26 Juni 2023 dari <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>

Arianti, G. (2017). Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instragram dan Path. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *16*(2), 180-192.

Azwar. (2015). Metode Penelitian. Yogyakarta: Pusat belajar.

Boon, S. D., Lomore, C. D. (2001). Admirer-Celebrity Relationships Among Young Adults Explaining Perceptions of Celebrity Influence on Identity. *Human Communication Research.* 27(3), 432-465.

Ceyhan, A. A. (2011). University Students' Problematic Internet Use and Communication Skills According to the Internet Use Purposes. *Educational sciences: Theory and practice,* 11(1), 67-77

CNN Indonesia. (2023, 23 Maret). Survei: Fan Hallyu di Dunia Lebih dari 178 Juta Orang pada 2022. Diakses pada tanggal 26 Juni 2023 dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230323150343-241-928582/survei-fan-hallyu-di-dunia-lebih-dari-178-juta-orang-pada-2022>

Fauziah, R., dan Kusumawati, D. (2015). Fandom K-Pop Idol dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers Fanbase@ taeckhunID,@ 2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624.

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(4), 411-428.

Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Martin, M. M., & Cayanus, J. L. (2004). Celebrity worship, cognitive flexibility, and social complexity. *Personality and Individual Differences,* 37(7), 1475-1482.

Maltby, J., Giles, D.C, Barber. L., McMutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among famile adolescents. *British journal of health psychology*. 10, 17-32.

Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. *Personality and individual differences*, 40(2), 273-283.

McCutcheon, L, E., Lange, R., Houran, J. (2002).Conceptual and measurement of celebrity worship. British Journal of Psychology. 67-89.

Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, *2*(1).

Perlman, D. Peplau, L. A. (1981) Toward a social psychology of loneliness. *London: Academic press.*

Russell, D. W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3):Reliability, Validity, and factor structure. *Journal of Personality Assasment*. 66(1), 10-40.

Sari, N. l. K. R., Hamidah., dan Marheni, A. (2020) Dinamika psikologis individu dengan gangguan kepribadian ambang. *Jurnal Psikologi Udayana.* 7(2), 16-23