

PENGARUH HARGA DIRI TERHADAP CELEBRITY WORSHIP PADA PENGGEMAR K-POP DEWASA AWAL DI KOTA MALANG

Diaz Araisya Sabrina Luthfi, Yudi Tri Harsono

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: diaz.araisya.1708116@students.um.ac.id

Abstract

The study aims to determine the effect of self esteem on celebrity worship on early adult K-Pop fans in the city of Malang. The hypothesis of this research is that there is was effect of self esteem on the celebrity worship on early adult K-pop fans in the Malang city. The subject of this study were 161 K-pop fans in Malang city, aged 18-25 years. Data collection instruments in this study used questionnaires, namely Rosenberg Self Esteem Scale (RSES) which had been modified by Maroqi (2019) and Celebrity Attitude Scale (CAS) which was adapted by the researcher. Rosenberg Self Esteem Scale (RSES) consist of 10 items based on 2 aspects of Rosenberg, namely reflected appraisals and social comparison and Celebrity Attitude Scale (CAS) consist of 22 items the represent 3 dimensions of celebrity worship from Maltby (2005), namely Entertainment Social, Intense Personal Feeling and Borderline-pathological. Analysis of research data for hypothesis testing using simple linear regression analysis which then obtained the result that there was an effect of self esteem on celebrity worship on early adult K-pop fans in Malang city by 29% with a value significance 0.000 (sig < 0.05).

Keywords: self esteem; celebrity worship; K-pop fans; early adult

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga diri terhadap celebrity worship pada penggemar K-pop dewasa awal di Kota Malang. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat pengaruh harga diri terhadap celebrity worship pada penggemar K-pop dewasa awal di Kota Malang. Subjek penelitian ini adalah 161 penggemar K-pop di Kota Malang yang berusia 18-25 tahun. Metode pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yaitu Rosenberg Self Esteem Scale (RSES) yang telah dimodifikasi oleh Maroqi (2019) dan Celebrity Attitude Scale (CAS) yang diadaptasi oleh peneliti. Rosenberg Self Esteem Scale (RSES) terdiri dari 10 aitem berdasarkan aspek dari Rosenberg yaitu pencerminan nilai dan komparasi sosial dan Celebrity Attitude Scale (CAS) terdiri dari 22 aitem yang mewakili 3 dimensi celebrity worship dari Maltby (2005) yaitu Entertainment Social, Intense Personal Feeling dan Borderline-pathological. Analisis data penelitian untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier sederhana yang kemudian diperoleh hasil terdapat pengaruh harga diri terhadap celebrity worship pada penggemar K-pop dewasa awal di Kota Malang sebesar 29.6% dengan nilai signifikansi 0.000 (sig < 0.05).

Kata kunci: harga diri; celebrity worship; penggemar K-pop; dewasa awal

1. Pendahuluan

Globalisasi membawa pengaruh yang besar terhadap perkembangan dunia. Globalisasi dipandang sebagai suatu konsep kompleks yang mencakup berbagai bidang termasuk ekonomi, politik, bahkan sosio-budaya (Yang, J, 2021). Budaya populer (budaya pop) merupakan budaya yang terbentuk secara tidak sadar oleh masyarakat yang kemudian diterima dan diadopsi secara luas dalam masyarakat itu sendiri (Ardia, 2014). The Korean Fondation (2019) menyatakan bahwa Indonesia menjadi salah satu negara yang terbuka

dengan Korean Wave, termasuk K-pop, K-Drama, K-Movie, dan K-Food dapat diterima menjadi bagian masyarakat Indonesia. Dari hasil Survei juga diperoleh data bahwa dari 27 negara Asia-Ocean, Cina berada pada peringkat pertama dengan 69 fan klub dan Indonesia berada di peringkat ketujuh dengan jumlah fan klub sebanyak 30 (The Korean Foundation, 2019).

Di Indonesia sendiri persebaran usia penggemar K-Pop berada pada usia remaja hingga dewasa. Survei yang dilakukan oleh Kumparan.com (2017) kepada 100 orang fans K-pop menunjukkan hasil bahwa fans yang berada pada usia 12-20 tahun sekitar 57% orang, sementara fans dengan usia 21-30 tahun sebanyak 42%. Berdasarkan hasil survei tersebut dapat diketahui bahwa K-Pop lebih banyak diminati oleh masyarakat yang sedang berada pada masa dewasa awal. Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti terhadap 15 orang penggemar K-Pop dewasa awal di Kota Malang menunjukkan bahwa 58% sering mencari informasi terkait selebriti idolanya. Dalam sehari 71% diantaranya menghabiskan waktu <6 jam untuk mencari informasi terkait selebriti idolanya. Selain itu, 71% penggemar K-Pop dewasa awal di Kota Malang juga merasa memiliki kelekatan dengan selebriti idolanya yang mana penggemar akan merasa senang atau sedih ketika idolanya mengalami hal serupa dan 43% diantaranya berharap dapat membentuk hubungan dengan idolanya. Bahkan 7% diantaranya rela melakukan apapun demi selebriti idolanya. Responden yang berada pada usia dewasa awal menyatakan bahwa terus mencari informasi terkait idola dan informasi menyebabkan responden mengalami peningkatan ketertarikan terhadap idola (Darfiyanti & Putra, 2012). Pencarian informasi ini seringkali dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan perilaku adiktif dan obsesif. Perilaku ini disebut juga dengan celebrity worship.

Maltby dkk (2004) menjelaskan bahwa identitas struktur dalam diri individu yang membantu penyerapan psikologis terhadap celebrity worship dalam upaya untuk membangun sebuah identitas diri dan rasa pemenuhan dalam diri individu tersebut. Lynn, dkk (2002) menyatakan bahwa celebrity worship terdiri dari dua inti penting yaitu penyerapan dan kecanduan. Maltby dkk., (2005) menjabarkan dimensi dari Celebrity worship menjadi tiga tahap yaitu Entertainment Social, Intense Personal Feeling, dan Borderline-pathological Tendency. Menurut Raviv dkk. (1996) perilaku celebrity worship (pemujaan idola) seharusnya mengalami penurunan dan mulai jarang terjadi pada masa remaja akhir, sehingga individu pada masa dewasa awal seharusnya sudah berhasil membentuk identitas diri, dan mencapai otonomi. Namun, fenomena pemujaan idola masih marak terjadi pada masyarakat yang berada pada masa dewasa awal. McCutcheon dkk. (2002) menyebutkan salah satu alasan yang mendasari perilaku tersebut adalah dikarenakan kegagalan individu di usia dewasa awal dalam pembentukan identitas di masa remaja, sehingga pemujaan idola menjadi salah satu upaya dalam membangun identitas mereka. Dalam mengekspresikan rasa cinta terhadap idolanya, penggemar k-pop sering dianggap obsesif karena berlebihan dan dinilai ekstrim, dan memunculkan sikap posesif dan bahkan delusif (Zahrohtustianah & Puspitasari, 2016). Sifat penggemar mempunyai kemiripan dengan sifat kecanduan.

Penelitian Maltby dkk. (2005) mengatakan bahwa salah satu dampak positif dari celebrity worship adalah membangun hubungan sosial yang baru. Sedangkan dampak negatif yang dialami adalah menimbulkan permasalahan dalam hubungan sosial terkait kesukaan berlebihan terhadap idola mereka, selain itu celebrity worship dapat menyebabkan terganggunya waktu belajar akibat waktu lebih digunakan untuk menonton konten-konten dan mencari informasi atau berita terbaru tentang selebriti idolanya. Ashe & McCutcheon (2011) menjelaskan bahwa intimacy vs isolation menjadi salah satu tugas pada masa dewasa awal dimana orang yang terisolasi akan menjadikan hubungan selebriti sebagai alternative

hubungan. Sitasari dkk (2019) menjelaskan bahwa rendahnya harga diri juga menyebabkan seseorang melakukan celebrity worship dikarenakan takut mendapatkan penolakan dari lingkungan sekitar. Harga diri dan kurangnya hubungan sosial secara nyata dalam kehidupan menjadi faktor yang sering muncul sebagai penyebab individu melakukan celebrity worship (Kusuma & Yuliawati, 2013). Adanya hubungan buruk secara sosial juga menyebabkan seseorang memilih untuk menjalani hubungan dengan selebriti (Zahra & Wulandari, 2021).

Pembahasan perilaku celebrity worship pada dewasa awal di Indonesia seringkali dikaitkan dengan variabel harga diri. Dikarenakan individu yang memiliki perilaku celebrity worship pada usia dewasa awal dianggap belum tuntas dalam mengenali diri sendiri pada masa remaja (Tafarodi & Swann, 2001). Hasil penelitian Indrayana & Wahyudi (2019) menunjukkan adanya hubungan negatif antara harga diri dengan pathological borderline celebrity worship. Artinya semakin rendah harga diri maka semakin tinggi pathological borderline celebrity worship pada anggota fansclub BTS Bandung yang berusia dewasa awal. Aufa dkk (2019) juga menemukan peranan self esteem terhadap celebrity worship pada remaja kurang signifikan dimana hanya berperan sebesar 13% dan 87% lainnya dipengaruhi oleh variabel independen lainnya.

2. Metode

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear sederhana. Populasinya adalah penggemar K-Pop Dewasa Awal di Kota Malang. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan karakteristik berikut yaitu (a) menyukai dan mengidolakan minimal 1 selebriti Korea, (b) berjenis kelamin perempuan atau laki-laki, (c) berdomisili di Kota Malang, (d) berusia 18-25 tahun. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Purposive Sampling dan Accidental Sampling. Sampel diambil dari penggemar K-Pop di Kota Malang yang tersebar di tiga kecamatan 161 orang dari Kecamatan Lowokwaru, Klojen dan Sukun. Pengambilan jumlah sampel ini berdasar pada pendapat Roscoe (dalam Sugiyono, 2017) bahwa jumlah besaran sampel yang layak dalam penelitian adalah dengan batasan $n > 30$ dan $n < 500$.

Pengambilan data penelitian menggunakan dua instrumen yaitu instrumen harga diri berjumlah 10 aitem yang dimodifikasi oleh Maroqi (2019). Validitas instrumen ini menggunakan pendekatan korelasi aitem total dengan taraf signifikansi 5% dan dari hasil uji validitas pada skala harga diri, 10 aitem dinyatakan valid. Nilai koefisien validitas aitem skala harga diri berkisar antara 0.311 hingga 0.745 dan rentang p-value pada 0.000 hingga 0.001. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha ($\alpha = 0.864$). Instrumen celebrity worship yaitu Celebrity Attitude Scale (CAS) dengan 22 aitem yang diadaptasi ke Bahasa Indonesia oleh Peneliti berdasarkan langkah-langkah adaptasi instrument penelitian menurut Beaton (2000). Uji validitas pada instrumen ini menggunakan validitas isi dan diperoleh hasil seluruh aitem valid ($r_{tabel} > r_{hitung}$ berkisar 0.307 sampai 0.702 dengan $p\text{-value} = 0.1786$) dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha ($\alpha = 0.908$). Hasil jumlah aitem yang disebutkan sudah melewati tahap uji ahli dan uji coba instrumen. Instrumen disebarkan menggunakan bantuan google form dan hasil data yang diperoleh di analisis menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, linearitas) dan uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear sederhana.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan analisis deskriptif menggunakan bantuan SPSS 18.0 for Windows, diperoleh hasil bahwa penggemar K-Pop dewasa awal di Kota Malang didominasi oleh perempuan (96%) dibanding laki-laki (4%) dan dari rentang usia 18-25 tahun subjek penelitian didominasi usia 21 tahun (25%). Penormaan harga diri dan celebrity worship menggunakan rumus kategorisasi norma hipotetik (Azwar, 2017). Secara umum, penggemar K-Pop dewasa awal di Kota Malang memiliki tingkat harga diri yang tinggi ($M=27,93$; $SD=5,23$) dan sebagian besar berada pada celebrity worship tingkat tinggi ($M=75,11$; $SD=15,158$).

Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yaitu uji normalitas, dan uji linearitas. Berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan SPSS 18.0 for Windows diperoleh hasil bahwa data harga diri ($p=0,785$) dan celebrity worship ($p=0,374$) memiliki p -value $>0,05$ yang artinya data keduanya terdistribusi normal. Uji linearitas dilakukan dan diperoleh hubungan antara harga diri dan celebrity worship memiliki nilai signifikansi $0,500$ ($p>0,05$) dapat dikatakan hubungan kedua variabel linear. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis menggunakan uji regresi linear sederhana dan hasil menunjukkan bahwa harga diri memberikan pengaruh yang signifikan terhadap celebrity worship ($B=-1,924$; $p=0,000<0,05$) dengan besar pengaruh sebesar $29,6\%$ ($Rsquare=0,296$) dan berdasarkan hasil Uji F simultan diperoleh nilai F hitung sebesar $66,810$ ($p=0,000<0,05$) maka dapat diartikan bahwa H_1 diterima yakni ada pengaruh simultan antara harga diri terhadap celebrity worship pada penggemar K-Pop dewasa awal di Kota Malang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin rendah harga diri maka celebrity worship akan semakin meningkat. Sebaliknya, jika semakin tinggi harga diri maka celebrity worship akan semakin menurun.

Gambaran harga diri pada penggemar K-Pop dewasa awal di Kota Malang dijelaskan melalui 2 aspek yaitu pencerminan nilai dan komparasi sosial. Aspek pertama yaitu pencerminan nilai, terpenuhinya aspek ini menunjukkan bahwa individu telah memahami bagaimana diri mereka sebenarnya (actual-self). Aspek kedua yaitu komparasi sosial, pada aspek ini individu akan membandingkan diri mereka sebenarnya (actual-self) dengan orang lain disekitarnya yang dianggap memiliki gambaran ideal self yang sesuai dengan mereka. Adanya kesenjangan antara actual-self dan ideal-self ini berdampak pada penurunan harga diri pada setiap individu (Febrina dkk., 2018). Penggemar K-Pop dalam penelitian ini memiliki penilaian yang hampir seimbang antara penilaian terhadap dirinya sendiri dan penilaian diri terhadap orang lain disekitarnya. Hal tersebut berdampak pada tingginya harga diri penggemar K-Pop dewasa awal di Kota Malang sebagai akibat dari kecilnya kesenjangan antara actual-self dan ideal-self. Tingginya tingkat harga diri pada penggemar K-Pop dewasa awal di Kota Malang mencerminkan bahwa individu memahami perasaan terhadap identitas dirinya dan memegang teguh value yang dimiliki serta memiliki kesadaran akan kompetensi diri dan dapat mengapresiasi prestasi yang telah dicapai.

Segala hal mengenai selebriti idola menjadi fokus utama bagi penggemar K-Pop. Celebrity worship memiliki 3 dimensi yaitu entertainment social, intense personal feeling, dan borderline-pathological (Maltby dkk., 2005). Terdapat indikator pada setiap tahap dari celebrity worship yaitu (1) pada tahap entertainment social, ketika penggemar merasa tertarik dan senang dalam membahas idola beserta kehidupannya, (2) intense personal feeling, ketika penggemar memiliki kecenderungan untuk selalu memikirkan idolanya, penggemar akan merasa memiliki ikatan spesial dan hanya terfokus pada idolanya dan (3) borderline-pathological, penggemar rela melakukan apa saja termasuk hal yang tidak masuk akal dan ilegal demi idolanya, karena menganggap idolanya sebagai makhluk yang paling sempurna dan

pantas mendapat perlakuan seperti itu. Peningkatan intensitas dan frekuensi terpapar informasi terkait selebriti idola dijelaskan melalui teori absorpsi-adiksi dimana individu memberikan perhatian secara sukarela terhadap informasi yang akan menghasilkannya sense of reality dan memunculkan perasaan khusus terhadap idola (Cheung & Yue, 2003). Kekuatan dorongan yang muncul pada tahap absorpsi ini akan menyebabkan individu mengembangkan perilaku adiksi berupa ambang toleransi saat menggemari selebriti, sehingga individu akan melakukan hal yang lebih ekstrim untuk mendapatkan kepuasan yang sama atas kebutuhan informasi tentang selebriti idolanya.

Mayoritas penggemar K-Pop dewasa awal di Kota Malang berada pada tingkat celebrity worship yang tinggi atau pada tahap borderline-pathological, dimana individu menunjukkan intensitas perasaan yang lebih terhadap selebriti idolanya bahkan merasa memiliki hubungan dengan idolanya, hal ini dikarenakan adanya intensitas berlebih dalam memperoleh informasi terkait selebriti idolanya dan menjadikan selebriti idola sebagai hiburan utama untuk mengisi waktu luang serta rela untuk melakukan apapun demi selebriti idolanya karena menganggap idolanya sebagai makhluk yang paling sempurna dan pantas mendapat perlakuan seperti itu. Individu dengan tingkat celebrity worship tinggi atau berada pada tahap borderline-pathological akan memunculkan pemikiran irasional dengan melibatkan selebriti idolanya, seringkali individu menganggap selebriti idolanya sebagai pasangan idealnya dan membayangkan bahwa mereka sedang berpacaran ataupun sudah menikah (Indrayana & Wahyudi, 2019).

Sitasari dkk (2019) menjelaskan bahwa rendahnya harga diri menyebabkan seseorang melakukan celebrity worship dikarenakan takut mendapatkan penolakan dari lingkungan sekitar. Orang dengan harga diri rendah sulit untuk bersenang-senang secara personal maupun sosial karena adanya ketakutan akan adanya penolakan atau merefleksikan diri kearah ideal self, disisi lain celebrity worship hanya menimbulkan sedikit atau bahkan tidak menimbulkan ancaman yang akan merendahkan diri sehingga individu dengan harga diri yang rendah dapat merasa terhubung secara aman dan menganggap idola merupakan gambaran ideal self sesuai dengan yang diinginkan (Derrick dkk., 2008). Ciri khas dari seorang penggemar dalam memilih figure selebriti idola adalah mengidolakan selebriti yang memiliki citra yang baik sesuai dengan idealismenya (Sitasari dkk., 2019). Karena itulah individu dengan skor tinggi pada skala celebrity worship dipandang memiliki harga diri yang lebih rendah; hubungan ini mungkin karena kebutuhan untuk melihat citra selebritas untuk meningkatkan harga diri melalui perbandingan atau validasi eksternal (Stepanyan, 2019).

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa penggemar K-pop dewasa awal di Kota Malang didominasi pada tingkat harga diri yang tinggi dan didominasi pula dengan tingkat celebrity worship yang tinggi. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti usia, dan kondisi saat ini (Covid-19). Usia awal mula menggemari selebriti atau idol khususnya K-Pop menjadi tolak ukur pembentukan harga diri, dimana ketika individu mulai menggemari pada usia dewasa awal (18-25 tahun), individu telah berhasil membentuk identitas diri (Orth dkk.,

2010) dan memiliki pengalaman dan hubungan sosial yang lebih luas (Hurlock, 2009). Masa Pandemi COVID-19 juga dianggap menjadi penyebab celebrity worship meningkat pada individu penggemar K-Pop dikarenakan selama masa pandemic, individu lebih banyak menghabiskan waktu dirumah dan merasa jenuh sehingga menggunakan selebriti sebagai media untuk menghilangkan rasa jenuh (Jarzyna, 2021) dan pada masa pandemic ini juga perkembangan industri hiburan K-Pop sedang berkembang pesat (Septadinusastra, 2021).

4. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penggemar K-Pop dewasa awal di Kota Malang termasuk memiliki harga diri yang tinggi, dan tingkat celebrity worship yang tinggi. Hasil penelitian ini bahwa harga diri memiliki pengaruh terhadap celebrity worship pada penggemar K-Pop dewasa awal di Kota Malang. Adapun besaran pengaruh harga diri terhadap celebrity worship sebesar 29,6% dan sisanya 70,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Daftar Rujukan

- Azwar, S. (2017). Penyusunan skala psikologi (Edisi II). Pustaka Pelajar.
- Cheung, C., & Yue, X. D. (2003). Identity Achievement and Idol Worship among Teenagers in Hong Kong. *International Journal of Adolescence and Youth*, 11(1), 1-26. <https://doi.org/10.1080/02673843.2003.9747914>
- Derrick, J. L., Gabriel, S., & Tippin, B. (2008). Parasocial relationships and self-discrepancies: Faux relationships have benefits for low self-esteem individuals. *Personal Relationships*, 15(2), 261-280. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2008.00197.x>
- Febrina, D. T., Suharso, P. L., & Saleh, A. Y. (2018). SELF-ESTEEM REMAJA AWAL: TEMUAN BASELINE DARI RENCANA PROGRAM SELF-INSTRUCTIONAL TRAINING KOMPETENSI DIRI. *JURNAL PSIKOLOGI INSIGHT*, 2(1), 43-56. <https://doi.org/10.17509/insight.v2i1.11922>
- Hurlock, E. B. (2009). Psikologi perkembangan. Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan. Erlangga.
- Jarzyna, C. L. (2021). Parasocial Interaction, the COVID-19 Quarantine, and Digital Age Media. *Human Arenas*, 4(3), 413-429. <https://doi.org/10.1007/s42087-020-00156-0>
- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British Journal of Health Psychology*, 10(1), 17-32. <https://doi.org/10.1348/135910704X15257>
- Orth, U., Trzesniewski, K. H., & Robins, R. W. (2010). Self-esteem development from young adulthood to old age: A cohort-sequential longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(4), 645-658. <https://doi.org/10.1037/a0018769>
- Septadinusastra, V. A. (2021). Eksistensi Drama Korea pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia (Sebuah Kajian Budaya Populer Korea). XVIII(2).
- Sitasari, N., Rozali, Y., Arumsari, A., & Setyawan, D. (2019). Self-Esteem And Celebrity Worship In Social Network Bollywood Mania Club Indonesia Members In Jakarta. *Proceedings of the Proceedings of the 1st International Conference on Business, Law And Pedagogy, ICBLP 2019*, 13-15 February 2019, Sidoarjo, Indonesia. *Proceedings of the 1st International Conference on Business, Law And Pedagogy, ICBLP 2019*, 13-15 February 2019, Sidoarjo, Indonesia, Sidoarjo, Indonesia. <https://doi.org/10.4108/eai.13-2-2019.2285982>