

**Perilaku Celebrity Worship pada remaja komunitas Nctzens di Indonesia ditinjau dari
Loneliness**

Nurul Fatimah¹

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru 45 Surabaya

IGAA Noviekayati²

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Amherstia Pasca Rina³

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Email : nurulfatimah051@gmail.com

Abstract

The rise of K-pop makes teenagers, especially in Indonesia, compete to become members of their favorite idol fanclub, especially the NCTzens fandom from the NCT boy group. However, the idolizing attitude that fans show is considered excessively like worshiping or glorifying idols. Of course, NCTzens teenagers who are still learning to sort out easily influenced attitudes to do excessive idol worship. One of the factors that influence this idol worship attitude is the sense of loneliness that teenagers receive in their surrounding environment. The purpose of this study was to determine the relationship between loneliness and celebrity worship behavior in the youth of the NCTzens community in Indonesia. This study involved 50 youth members of NCTzens in Indonesia. The sampling technique used purposive sampling technique. Based on the results of the analysis using the product moment correlation test, it gave the correlation score of 0,194 with a significant $p = 0,192$ ($P > 0,05$). It means that the result was not significant and then the hypothesis was not accepted. The result showed that the hypothesis that states the relationship between loneliness and celebrity worship behavior in the youth community of NCTzens in Indonesia is was not accepted.

Keywords: Celebrity Worship, Loneliness, Teenager

Abstrak

Maraknya K-pop membuat remaja khususnya di Indonesia berlomba untuk menjadi anggota fanclub idola kesukaan, terutama fandom NCTzens dari boygrup NCT. Namun sikap pengidolaan yang penggemar tunjukkan dinilai secara berlebihan seperti pemujaan atau mengagungkan idola. Tentunya para remaja NCTzens yang masih belajar memilah sikap mudah terpengaruh untuk melakukan pemujaan idola yang berlebihan. Salah satu faktor yang mempengaruhi sikap pemujaan idola ini adalah rasa kesepian yang diterima remaja di lingkungan sekitarnya. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui hubungan antara loneliness dengan perilaku celebrity worship pada remaja komunitas NCTzens di Indonesia. Penelitian ini melibatkan 50 remaja anggota NCTzens di Indonesia. Teknik sampling menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil analisis menggunakan uji korelasi product moment, diperoleh nilai sebesar 0,194 dengan signifikansi $p = 0,192$ ($P > 0,05$) sehingga dikatakan data tidak signifikan, hipotesis tidak diterima. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan hubungan antara loneliness dengan perilaku celebrity worship pada remaja komunitas NCTzens di Indonesia ditolak.

Kata Kunci: Celebrity Worship, Loneliness, remaja

Perilaku *Celebrity Worship* pada remaja komunitas *Nctzens* di Indonesia ditinjau dari *loneliness*

Pendahuluan

Teknologi di era modern ini telah berkembang dengan pesat dari tahun-tahun sebelumnya. Terbukti dari fasilitas teknologi yang dapat berkomunikasi dengan orang lain meskipun menempuh jarak yang berjauhan. Selain berkomunikasi, kecanggihan teknologi sendiri dapat mencari informasi yang diinginkan dengan cepat dan mudah melalui media internet. Dengan internet, masyarakat mendapatkan informasi yang dibutuhkan (Setiyani, 2010).

Kecanggihan internet membantu masyarakat dapat mengakses informasi diberbagai penjuru dunia. Salah satu manfaat dari internet yakni untuk menghibur diri. Masyarakat mengakses internet berupa video, foto maupun artikel yang dapat menghibur diri. (Mutawalli et al., 2020). Salah satu hal menarik yang banyak diakses ialah topik tentang selebritis. Pembahasan tentang kehidupan maupun kegiatan selebriti merupakan kesenangan bagi warga pengguna internet atau biasa disebut *netizen*. Selebriti yang digandrungi masa kini merupakan idol pop asal Korea Selatan.

Aliran musik populer dari Korea Selatan yakni *Korean Pop* ataupun lebih dikenal sebagai *K-Pop* (Korea.net, 2018). Bersamaan pertumbuhan industri musik, *K-Pop* semakin dikenal dan mendunia, termasuk di Indonesia. *K-Pop* jadi salah satu aliran musik yang digemari. Penyanyi *K-Pop* diketahui dengan istilah *idol* (Efathania, 2019). Menurut KOCIS (dalam Wayan et al., 2020) budaya *K-Pop* tidak dapat dilepaskan di Indonesia. Gaya musik *K-Pop* yang enerjik membuatnya terdengar unik sehingga banyak disukai. Budaya *K-pop* ini membawa dampak bagi masyarakat Indonesia khususnya pada penggemar *K-pop*. Fenomena menggemari selebriti sering terjadi terutama dikalangan remaja, dimana banyak remaja Indonesia mengaku menjadi penggemar selebritis yang berasal dari Negara Korea Selatan tersebut (Nim et al., 2013).

Hasil penelitian dari Syam et al (2015) menunjukkan 74% remaja perempuan menaruh atensi besar terhadap budaya Korea, sebaliknya laki-laki hanya 13%. Hal ini dikarenakan siaran Korea lebih menyentuh pada unsur perempuan secara umum, seperti film maupun drama Korea yang menunjukkan cerita cinta, kasih sayang dan kesedihan. Unsur-unsur tersebut lebih banyak dimiliki oleh perempuan dibandingkan laki-laki. Remaja merupakan masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa. Pada masa ini terjadi pertumbuhan yang pesat seperti perkembangan fisik, mental maupun peran sosial (Kumalasari dan Andhyantoro, 2012). Pada masa ini remaja mulai timbul rasa tertarik dengan lawan jenis (Heteroseksual). Kondisi ini ditandai dengan rasa ingin tahu yang kuat akan informasi yang dapat mengembangkan tingkah laku seksual sesungguhnya. Hubungan lawan jenis pada umumnya mengikuti pola tertentu seperti pengidolaan, ketertarikan antar lawan jenis yang masih labil, menjalin komitmen, bertunangan dan menikah (Rachmawati, 2016). Menurut Hurlock (1980) sendiri dalam bukunya mengatakan remaja memiliki beberapa minat seperti menonton film, mendengarkan musik dan hubungan dengan lawan jenis. *Idol* merupakan sebutan untuk penyanyi *K-Pop*. Menurut Yue dan Cheung (dalam Efathania, 2019), *idol* merupakan sosok

Perilaku *Celebrity Worship* pada remaja komunitas *Nctzens* di Indonesia ditinjau dari *loneliness*

orang dengan bakat, pencapaian, status, atau penampilan fisik yang dikenali dan dihargai oleh penggemar. Aktifitas *idol* tidak hanya berfokus pada musik saja, melainkan berinteraksi dengan penggemar. Hal ini yang membedakan *idol* dengan penyanyi pada umumnya. Seorang *Idol* dapat dikatakan sudah mencapai kesuksesan ketika memiliki banyak penggemar.

Penggemar dari berbagai tempat akan membentuk suatu komunitas yang disebut *fandom*. Menurut Gooch dan Betsy (dalam Fauzia, 2013) *Fandom* adalah singkatan dari *fan kingdom* (kerajaan fan). *Fandom* merupakan sekelompok penggemar dengan membentuk jaringan sosial dengan satu sama lain berdasarkan kepentingan bersama dalam hal tertentu. Bisa dikatakan *fandom* merupakan sebuah komunitas yang didasari oleh kesamaan hubungan antar individu yang tidak saling kenal. Salah satu *fandom* besar yang ada di Indonesia adalah *NCTzens*.

NCTzens merupakan nama penggemar dari *boy grub* asal Korea Selatan yang bernama *NCT*. *NCT* singkatan dari *Neo Culture Technology* ini merupakan *boy grub* dari salah satu agensi terbesar di Korea Selatan yakni *S.M. Entertainment*. Lee Soo Man yang merupakan pendiri *S.M. Entertainment* menjelaskan konsep grup ini mempunyai anggota yang tidak terbatas dan terbagi menjadi beberapa sub-unit berbasis dari berbagai kota di dunia. Memulai debut pada 6 April 2016 dengan unit pertama, *NCT* masih aktif di dunia hiburan dengan anggota 23, bahkan salah satu unitnya yaitu *NCT Dream* baru saja melangsungkan *comeback Repackage* mereka pada tanggal 28 Juni. (Wikipedia, 2021)

Beranggota pria tampan yang memiliki segudang bakat membuat *NCT* memiliki banyak penggemar mulai dari berbagai usia dan di berbagai Negara. Daya tarik yang dimiliki grup tersebut memberikan pengaruh yang cukup besar hingga memunculkan perasaan ketertarikan yang mendalam bagi penggemar. McCutcheon (2002) mengatakan semakin tinggi tingkat pengidolaan seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatan dengan sosok yang diidolakan (*celebrity involvement*) dan semakin besar keintiman (*intimacy*) yang diimajinasikan terhadap sosok idola tersebut. Beberapa individu akan membentuk hubungan khayalan dengan selebriti idola, melakukan hal apapun demi idola, bahkan dapat meniru segala hal yang berkaitan dengan idola mereka. Hal ini dapat menimbulkan kecenderungan obsesi. Obsesi yang berlebihan seringkali ditunjukkan dengan perilaku yang menyimpang. Penggemar melibatkan diri secara mendalam dan melakukan segala aktivitas untuk memenuhi hasrat mereka sebagai penggemar. Perhatian berlebihan pada *idol* membuat penggemar membentuk perasaan ingin memiliki hubungan, koneksi dan kedekatan secara intim dengan idolanya. Penggemar *K-pop* sering dianggap berlebihan dan terlalu ekstrim dalam mengungkapkan rasa cintanya kepada idola, sehingga sering dianggap obsesif, posesif, atau bahkan delusif (Zahrotustianah & Puspitasari, 2016).

Masyarakat sering menganggap penggemar *K-pop* merupakan sekumpulan orang yang mencintai secara berlebihan kepada orang yang tidak mengenalnya atau disebut cinta satu arah. Masyarakat beranggapan penggemar *K-pop* hanya menyukai idol tanpa

Perilaku *Celebrity Worship* pada remaja komunitas *Nctzens* di Indonesia ditinjau dari *loneliness*

mau berhubungan dengan lawan jenis. *Image* fanatik serta kegilaan yang tertanam dimasyarakat ini mengakibatkan beberapa orang enggan untuk mendekati penggemar *K-pop*. Karena rasa dikucilkan dan tertolak oleh lawan jenis membuat para penggemar *K-pop* yang membutuhkan untuk menyalurkan perasaan sukanya dengan cara memberikan rasa cinta kepada sang idola. Namun perasaan cinta yang diberikan penggemar kepada idolanya menjadi berlebihan sehingga mengakibatkan pemujaan pada idol.

Rasa cinta dan pemujaan dari penggemar pada idolanya sering disebut dengan istilah *celebrity worship*. Menurut McCutcheon, Ashe, Houran, & Maltby (dalam Jamilah. Nurhudaya dan Budiman, 2020) *celebrity worship* adalah salah satu bentuk dari kekaguman dan rasa hormat yang abnormal (tidak biasa) terhadap idola. *Celebrity worship* adalah perilaku obsesif dan adiktif oleh penggemar untuk selalu terlibat dalam setiap kehidupan idolnya sehingga terbawa ke dalam kehidupan sehari-hari (Maltby, Day, & Mccutcheon, 2004). Kebiasaan melihat, mendengarkan, membaca dan mencari informasi tentang idola yang disukai bisa mengarah pada identifikasi, obsesi dan asosiasi yang dapat mengarah pada kesesuaian dan mempengaruhi penampilan. *Celebrity worship* dapat menyebabkan individu tidak terpisahkan dari hal-hal yang berhubungan dengan idolanya. Menurut Maltby et al. (2004) *Celebrity worship* dibagi menjadi tiga, yaitu: hiburan social (*Entertainment social*), perasaan pribadi yang intens (*Intense-personal-feeling*), dan sikap rela melakukan apapun demi idola (*Borderline pathological*).

Celebrity worship syndrome memiliki keterkaitan hubungan dengan kecanduan (*addiction*) dan kriminal. Kata kriminal merujuk pada perilaku *sasaeng fans*. *Sasaeng fans* merupakan sebutan untuk penggemar yang tidak ragu untuk menguntit kehidupan pribadi idola yang mereka sukai. Perilaku *saesang fans* biasanya mengikuti sang idola, bahkan sampai aktivitas privasi sang idola. Perilaku ini membuat idola merasa tidak nyaman dan terganggu dengan ulah *saesang fans* (Sheridan et al., 2007). Selain itu kecintaan terhadap idola membuat para penggemarmenghabiskan banyak waktu dan materi.

Penggemar dapat menghabiskan waktu berjam-jam di depan komputer atau ponsel mereka agar tidak ketinggalan berita tentang idolanya. Penggemar juga rela mengeluarkan uang saku bahkan tabungan untuk membeli barang-barang yang berhubungan dengan *idol* tersebut. Bahkan rela menghabiskan tabungannya untuk membeli tiket konser. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Kumbaran (2017) dari 100 responden penggemar *K-Pop* terdapat 56% penggemar rela menghabiskan waktu 1-5 jam untuk mencari tahu kegiatan idolanya, dan 28% menghabiskan waktu lebih dari 6 jam untuk mencari tahu kegiatan idolanya. Survey lain dilakukan oleh Kumbaran yaitu sebanyak 57% penggemar berusia 12-20 tahun, 42% berusia 20-30 tahun, dan 1% berusia diatas 30 tahun.

Hasil penelitian dari Rahmatul Aufa dkk (2019) tentang “Peranan *Cognitive Flexibility*, *Self-Esteem*, dan *Loneliness* terhadap *Celebrity Worship* Pada Remaja” adalah terdapat peranan variabel *cognitive flexibility*, *self-*

Perilaku *Celebrity Worship* pada remaja komunitas *Nctzens* di Indonesia ditinjau dari *loneliness*

esteem, *loneliness*, usia, jenis kelamin, terhadap terbentuknya *celebrity worship* pada remaja dengan nilai sumbangan sebesar 12,1% dan sisanya sebesar 87,9% yang dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Selanjutnya berdasarkan remaja yang ikut serta dalam komunitas, hasil uji regresi menunjukkan bahwa keseluruhan independent variabel (*cognitive flexibility*, *self-esteem*, *loneliness*, usia dan jenis kelamin) bersama-sama memberikan sumbangan peranan terhadap *dependent variabel* yaitu *celebrity worship* sebesar 13% dan sisanya 87% di pengaruhi oleh variabel lain. Secara parsial, hanya 2 variabel yang berperan terhadap *celebrity worship* pada remaja yaitu *cognitive*, *flexibility*, dan *loneliness*.

Menurut Aufa (2019) Perilaku dari *celebrity worship* yang dilakukan remaja tidak terlepas dari beberapa faktor seperti usia, jenis kelamin, *cognitive flexibility*, *self-esteem*, dan *loneliness*. Salah satu aktor yang mempengaruhi terbentuknya *Celebrity worship* adalah *Loneliness*. Ashe dan Mccutcheon (2001) mengemukakan bahwa individu yang kesepian dan pemalu lebih tertarik pada hubungan parasosial karena hanya memiliki sedikit tuntutan sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Ashe dan Mccutcheon (2001) tentang “*Current research in social psychology: shyness, loneliness, and attitude toward celebrities*” menunjukkan dari 150 peserta adanya korelasi antara *shyness*, *Loneliness* dan *Celebrity worship*. Pada penelitian Jihyun dkk (2019) tentang “*Loneliness and the use of social media to follow celebrities: A moderating role of social presence*” mengatakan dari data yang dikumpulkan melalui survey online (N = 210) pada temuannya menunjukkan bahwa kesepian pada pengikut selebriti secara positif terkait dengan seringnya mengunjungi media sosial selebriti favorit mereka, motif sosial-interpesonal yang lebih besar untuk mengikuti selebriti, dan kenikmatan belajar yang lebih besar tentang kisah kehidupan pribadi selebriti. Media sosial ditemukan menjadi moderator signifikan yang dapat mengintensifkan persepsi hubungan parasosial yang lebih menguntungkan dengan selebriti.

Menurut Weiss (dalam Prakoso, 2017), *Loneliness* merupakan reaksi dari tidak munculnya jenis-jenis hubungan tertentu, tidak sesuai dengan yang diharapkan seseorang dan ketidaksesuaian kenyataan dari kehidupan interpersonalnya, sehingga individu menjadi sendiri dan kesepian. Pengalaman akan perasaan kehilangan dan isolasi, yang ditandai dengan adanya perbedaan antara yang diinginkan dengan yang dirasakan dalam hubungan personalnya menunjukkan adanya perasaan kesepian (Andromeda dalam McCourt & Fitzpatrick, 2001). Berdasarkan wawancara dalam jurnal Prakoso (2017) tentang “*Pengaruh Loneliness terhadap Parasocial Relationship pada Fansclub Wannable di Bandung*” menjelaskan bahwa anggota *fansclub wannable squad* Bandung menunjukkan hasil yang tidak sesuai dengan yang diharapkan dari lawan jenis, dan merasa dirinya tidak layak dicintai walaupun sudah berusaha untuk menunjukkan yang terbaik dari diri mereka dalam menjalin hubungan dengan lawan jenis. Individu enggan untuk memulai hubungan baru karena sulit menemukan seseorang yang dapat dipercaya akibat dari kegagalan dalam mencari pasangan dan

Perilaku *Celebrity Worship* pada remaja komunitas *Nctzens* di Indonesia ditinjau dari *loneliness*

pernah dikecewakan oleh pasangan di masa lalu. Kepribadian atau perilaku pasangan tidak cocok dengan diri pribadi membuat merasa jenuh sehingga memutuskan untuk berpisah. Hubungan yang dijalani terasa kurang hangat, akrab dan mendalam menyebabkan individu merasa kesepian.

Di lingkungan sosial, anggota *fansclub Wannable Squad* Bandung merasa kurang mampu mempertahankan hubungan yang dijalani, meskipun memiliki keinginan untuk akrab dengan teman-teman lain, namun masih sulit untuk mengungkapkan perasaan meskipun terhadap temannya sendiri. Kelompok pertemanan terasa asing, terkadang dengan percakapan atau lelucon yang tidak sesuai dengan minat mereka. Selain itu, anggota *fansclub Wannable Squad* merasakan bahwa teman-temannya tidak mengerti dan tidak suka membicarakan hal-hal yang sulit atau kesukaan. Terkadang pembicaraan terputus atau dialihkan ke hal lain, membuat mereka merasa tidak didengarkan atau dihargai. Ketika orang lain tidak mengerti terhadap diri kita, perasaan sedih dan marah akan muncul, dan perasaan tersebut membuat individu merasa tidak nyaman. Anggota *fansclub Wannable Squad* Bandung dalam hubungan individu menilai bahwa lingkungan tidak dapat memahami dirinya, baik dalam minat, serta permasalahan yang dimiliki individu membuat mereka tidak merasakan adanya keakraban dengan lingkungan. Tidak terpenuhinya keakraban hubungan tersebut menyebabkan individu merasa tidak menjadi bagian dari lingkungannya dan menimbulkan perasaan kesepian.

Akibat dari rasa tertolak oleh lawan jenis dan orang lain, individu akan mencari pelarian dengan cara menyukai *idol*. Karena perilaku *celebrity worship* ini membuat para penggemar menjadi tidak tertarik dengan lawan jenis yang ada disekitarnya dan memilih menghabiskan waktu dengan *update* atau memuja *idol*. Penggemar beranggapan menyukai orang yang tidak tahu dan jauh tidak akan membuat perasaan mereka sakit hati dan kesepian. Namun rasa suka tersebut menjadi berlebihan dan menjadi obsesi terhadap idola. Saat mendengar berita idolanya tengah berkencan penggemar akan cemburu dan menghujat pasangan dari idola tersebut, bahkan ada yang sampai meneror pasangannya.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa masa remaja merupakan masa dimana mulai tertarik akan minat atau hobi, mengidolakan seseorang dan menjalin hubungan dengan orang lain. Untuk mengisi waktu senggang dan kegemarannya para remaja tersebut menjadi penggemar *K-pop*. Pada masa ini pula remaja mulai merasa tertarik hubungan dengan lawan jenis dan tertarik untuk memulai suatu hubungan. Namun masyarakat yang menganggap hobi para remaja ini aneh membuat remaja merasa terasingkan dan menjadi kesepian (*loneliness*). Untuk menghilangkan rasa kesepian tersebut remaja melakukan hobi dengan menjadi penggemar *idol* dan aktif mengikuti kegiatan *idol*. Namun semakin lama muncul dampak-dampak seperti menjadi obsesif dan adiktif yang membuat pemujaan yang berlebihan terhadap kegiatan pengidolaan tersebut (*celebrity worship*). Remaja yang memiliki tingkat kesepian yang

Perilaku *Celebrity Worship* pada remaja komunitas *Nctzens* di Indonesia ditinjau dari *loneliness*

tinggi cenderung memiliki tingkat pengidolaan yang tinggi pula. Semakin tinggi tingkat pengidolaan tersebut semakin tinggi perilaku pemujaan terhadap idola. Maka dari itu peneliti tertarik untuk peneliti topik tersebut.

Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif jenis korelasional. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan karakteristik subyek yaitu remaja berusia 12 sampai 19 tahun yang ikut dalam suatu komunitas atau *fandom NCTzens* yang tinggal atau menetap di Indonesia. Jumlah partisipan dalam penelitian ini sebesar 50 partisipan. Namun terdapat 3 partisipan yang tidak masuk kriteria penelitian maka 3 partisipan tersebut dinyatakan gugur. Total akhir partisipan sebesar 47 partisipan. Instrument pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *celebrity worship* dan *loneliness* yang dibuat peneliti berdasarkan aspek-aspek teori yang ada.

Skala *celebrity worship* dibuat berdasarkan aspek dari perilaku *celebrity worship* menurut Maltby dkk (2005). Skala *loneliness* dibuat berdasarkan aspek-aspek dari *loneliness* menurut Weiss (dalam Prakoso, 2017). Pemberian skor yang dipakai menggunakan skala *likert* bergerak dari 1 sampai 4. Rancangan skala *celebrity worship* dan skala *loneliness* dengan empat pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Pemberian skor jawaban yakni 4 sampai 1 untuk aitem favorable. Teknik analisis data menggunakan metode analisa uji *product moment* dengan perhitungannya dibantu dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS 25.0 Statistik For Windows*. Teknik analisis data menggunakan uji korelasi *product moment*.

Hasil

Uji prasyarat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Pada uji normalitas menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan ketentuan jika *Asymp.Sig* $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal. Artinya data dikatakan normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0.05 ($P > 0.05$). Sebaliknya apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ($P < 0.05$), maka data dikatakan tidak normal. Peneliti menggunakan aplikasi *IBM SPSS 25.0 Statistik For Windows* untuk membantu data statistik. Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai *z* sebesar 0,2 ($P > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa uji asumsi sebaran telah terdistribusi secara normal.

Tabel 1. Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		47
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000

Perilaku *Celebrity Worship* pada remaja komunitas *Nctzens* di Indonesia ditinjau dari *loneliness*

	Std. Deviation	17.08282220
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.050
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan analisis variansi terhadap garis regresi yang nantinya akan diperoleh harga F_{hitung} . Data dikatakan linier apabila nilai signifikan lebih besar dari 0.05 ($P > 0.05$). Sebaliknya apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ($P < 0.05$), maka data dikatakan tidak linier. Peneliti menggunakan aplikasi IBM SPSS 25.0 Statistik For Windows untuk uji data statistik. Berdasarkan hasil uji linearitas diperoleh nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,106 ($P > 0,05$) sehingga variabel *loneliness* dan variabel *celebrity worship* memiliki hubungan yang linier.

Tabel 2. Hasil uji linieritas

		ANOVA Table					
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Celebrity Worship	Between Groups	(Combined)	9131.968	24	380.49	1.73	.09
					9	9	8
		Linearity	522.619	1	522.619	2.38	.13
Loneliness		Deviation from Linearity	8609.349	23	374.320	1.71	.10
						0	6
Within Groups			4814.500	22	218.841		
Total			13946.468	4			
				6			

Uji korelasi untuk membuktikan hipotesis tentang adanya hubungan antara *loneliness* dengan perilaku *celebrity worship* pada remaja komunitas *NCTzens* di Indonesia. Berdasarkan hasil analisis data uji korelasi *product moment* diperoleh nilai sebesar 0,194 dengan signifikansi $p = 0,192$ ($P > 0,05$). Artinya terdapat hubungan positif yang tidak signifikan antara *loneliness* dengan perilaku *celebrity worship*. Adanya hubungan positif dapat diartikan semakin rendah kesepian seseorang, maka semakin rendah terlibat perilaku pemujaan idola. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini ditolak. Ditolaknya hipotesis dalam penelitian ini menggambarkan tidak ada hubungan yang signifikan antara kesepian dengan perilaku *celebrity worship* pada remaja komunitas *NCTzens* di Indonesia.

Perilaku *Celebrity Worship* pada remaja komunitas *Nctzens* di Indonesia ditinjau dari *loneliness*

Tabel 3. Hasil uji korelasi

Correlations			
		Loneliness	Celebrity Worship
Loneliness	Pearson Correlation	1	.194
	Sig. (2-tailed)		.192
	N	47	47
Celebrity Worship	Pearson Correlation	.194	1
	Sig. (2-tailed)	.192	
	N	47	47

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa hipotesis yang menyatakan hubungan antara *loneliness* dengan perilaku *celebrity worship* pada remaja komuitas *NCTzens* di Indonesia ditolak. Ditolaknya hipotesis dalam penelitian ini menggambarkan tidak ada hubungan yang signifikan antara kesepian dengan perilaku *celebrity worship* pada remaja komuitas *NCTzens* di Indonesia.

Perilaku *celebrity worship* atau pemujaan terhadap idola secara berlebihan merupakan perilaku yang tidak sepatutnya dicontoh oleh remaja. Seperti yang dikatakan Maltby (2004) perilaku *celebrity worship* merupakan perilaku obsesif dan adiktif oleh penggemar untuk selalu terlibat dalam setiap kehidupan idolnya sehingga kadang terbawa ke dalam kehidupan sehari-hari. Terutama pada remaja komunitas *NCTzens* Indonesia yang bisa saja menunjukkan perilaku pemujaan berlebihan tersebut. Hal yang membuat munculnya perilaku *celebrity worship* diantaranya rasa kesepian yang dialami para remaja terhadap lingkungan sekitarnya. Menurut Weiss (dalam Prakoso, 2017), *loneliness* atau kesepian merupakan reaksi dari tidak munculnya jenis-jenis hubungan tertentu, tidak sesuai dengan yang diharapkan seseorang dan ketidaksesuaian kenyataan dari kehidupan interpersonalnya.

Berdasarkan hasil data responden remaja komuitas *NCTzen* di Indonesia tidak menunjukkan adanya rasa kesepian pada lingkungannya tetapi menunjukkan adanya perilaku *celebrity worship* namun masih pada taraf normal, yang artinya remaja komuitas *NCTzen* di Indonesia mengetahui dan dapat memilah mana yang buruk maupun benar dalam perilaku pengidolaan artis. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kesepian seseorang tidak tentu mengakibatkan orang berperilaku pemujaan idola yang berlebihan. Seperti yang dijelaskan, Weiss (dalam Prakoso, 2017) menyebutkan dua aspek yang menyebabkan *Loneliness* yaitu *emotional loneliness* atau kesepian emosional yang dimaksud individu tidak merasakan hadirnya hubungan emosional yang intim atau kedekatan dengan pasangan / sahabat dan *social loneliness* atau kesepian sosial yang terdiri dari; individu tidak memiliki keterlibatan dalam kelompok, Individu tidak ikut

Perilaku *Celebrity Worship* pada remaja komunitas *Nctzens* di Indonesia ditinjau dari *loneliness*

beparticipasi kelompok, dan Individu merasa dikucilkan dengan sengaja, sedangkan remaja komunitas *NCTzens* di Indonesia tidak menunjukkan adanya rasa kesepian dalam dua aspek tersebut. Ada pula dimensi-dimensi terbentuknya perilaku *celebrity worship* seperti yang dijelaskan oleh Maltby, Giles, Barber, & Mc Cutcheon (2005) yaitu *entertainment social* atau hiburan social yang terdiri dari; mendapatkan informasi seputar idola dengan mencari informasi maupun kegiatan mengenai idola kesukaan dan membicarakan idola dengan memunculkan perasaan senang dan bahagia ketika berbicara mengenai idola kesukaan, *intense personal feeling* atau perasaan personal yang intens yang terdiri atas; *empati*, *imitasi* dan memiliki perasaan yang intim terhadap idola serta *borderline-pathological tendency* yang terdiri atas; *fantasi*, *obsesif*, *histeris* dan sikap rela melakukan apapun demi idola, remaja komunitas *NCTzens* di Indonesia menunjukkan adanya perilaku *celebrity worship* namun tidak pada taraf yang sangat tinggi seperti rela melakukan apapun demi idola yang menyuruh mereka melakukan perbuatan negatif atau merugikan.

Sejumlah penelitian telah mendukung dan membuktikan tidak terdapat hubungan antara variabel *loneliness* dengan perilaku *celebrity worship*. Seperti pada penelitian Inferlambang (2017) mengenai Perbedaan Sikap *Celebrity Worship* Pada Fans *K-pop* Dewasa Muda Yang Mengalami Kesepian Sebelum Dan Sesudah Menjadi Penggemar. Berdasarkan Hasil uji *Independent Sample T-test* menunjukkan bahwa hipotesis ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan perilaku *celebrity worship* pada dewasa muda yang mengalami kesepian sebelum maupun sesudah menjadi *fans K-pop*. Dan subjek memiliki nilai kesepian yang sama. Hasil ini juga ditunjang dengan data wawancara menunjukkan bahwa kesepian yang dialami oleh subjek sama. Pada penelitian Frederika dan lainnya (2015) melakukan penelitian mengenai hubungan antara harga diri dan konformitas dengan *celebrity worship* pada remaja di Surabaya. Penelitiannya menunjukkan tidak ada hubungan antara konformitas dan *celebrity worship* pada remaja di SMP Negeri 43 Surabaya ($r=0,106$, $p>0,05$) serta terdapat hubungan positif antara harga diri dan *celebrity worship* pada remaja di SMP Negeri 43 Surabaya ($r=0,265$, $p<0,05$)

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan *loneliness* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku *celebrity worship* pada remaja komunitas *NCTzens* di Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel *loneliness* dengan variabel *celebrity worship* remaja komunitas *NCTzens* di Indonesia. Semakin tinggi skor variabel *loneliness* akan diikuti semakin tinggi pula skor variabel *celebrity worship*, begitu sebaliknya, semakin rendah skor variabel *loneliness* akan diikuti semakin rendah pula skor variabel *celebrity worship*.

Perilaku *Celebrity Worship* pada remaja komunitas *Nctzens* di Indonesia ditinjau dari *loneliness*

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *loneliness* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku *celebrity worship* pada remaja komunitas *NCTzens* di Indonesia. Berdasarkan hasil analisis uji korelasi *product moment* diperoleh nilai sebesar 0,194 dengan signifikansi $p = 0,192$ ($P > 0,05$) sehingga dikatakan data tidak signifikan, hipotesis tidak diterima. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan hubungan antara *loneliness* dengan perilaku *celebrity worship* pada remaja komunitas *NCTzens* di Indonesia ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel *loneliness* dengan variabel *celebrity worship* remaja komunitas *NCTzens* di Indonesia. Semakin tinggi skor variabel *loneliness* akan diikuti semakin tinggi pula skor variabel *celebrity worship*, begitu sebaliknya, semakin rendah skor variabel *loneliness* akan diikuti semakin rendah pula skor variabel *celebrity worship*.

Bagi peneliti selanjutnya tertarik untuk meneliti atau meneruskan penelitian ini, disarankan untuk menggunakan kriteria subjek yang berbeda. Diharapkan dapat mengkaji lebih luas variabel perilaku *celebrity worship* dengan menggunakan variabel bebas lainnya seperti *impulsive buying*, *body image*, konsep diri dan variabel bebas lainnya untuk melihat hubungan antara keduanya atau lebih. Disarankan untuk memperbanyak subyek dan memperluas jangkauan populasi penelitian agar mendapatkan hasil yang sesuai. Diharapkan dapat menguji aitem yang dimiliki terlebih dahulu sebelum disebarkan ke subyek penelitian.

Daftar Pustaka

- A, Cheryl dan K. Parello. (2008). *Loneliness in the School Setting*. *The Journal of School Nursing* 2008. Vol.24
- Andromeda, N., Kristanti, E. P. (2017). *Hubungan Antara Loneliness Dan Perceived Social Support dan Intensitas Penggunaan Social Media Pada Mahasiswa 2017*. 2007, 258–261.
- Ashe, D. D., & Mccutcheon, L. E. (2001). *Current research in social psychology*. 6(9).
- Aufa, R. (2019). *Peranan Cognitive Flexibility, Self-Esteem, dan Loneliness Terhadap Celebrity Worship Pada Remaja*. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*. 3(2), 539–548.
- Brehm, et al. (2002). *Intimate Relationship*. New York: Mc. Graw Hill.
- Cakir, O. (2014). *Relationship between the Levels of Loneliness and Internet Addiction*. July. <https://doi.org/10.1080/09720073.2014.11891534>
- Cheung, C., Yue, X. D., Cheung, C., & Yue, X. D. (2012). *Identity Achievement and Idol Worship among Teenagers in Hong Kong Identity Achievement and Idol Worship among Teenagers in Hong Kong* *. 3843. <https://doi.org/10.1080/02673843.2003.9747914>
- Efathania, V. N., Aisyah. (2019). *Hubungan Antara Big Five Personality Trait dengan*

Perilaku Celebrity Worship pada remaja komunitas Nctzens di Indonesia ditinjau dari Loneliness

- Celebrity Worship pada Dewasa Muda Penggemar K-Pop di Sosial Media (Relationship between Big Five Personality Trait with Celebrity Worship among Early Adult K-Pop Fans in Social Media).* 10(1).
- Fajariyani, R. (2018). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop*. Skripsi. Psikologi. Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Fauzia, R, Kusumawari, D. (2013) *Fandom K-Popidol Dan Sosial Media (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers Fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest dan idol account @Khunnie0624)*. Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Surakarta
- Frederika, E. (2015). *Hubungan Antara Harga Diri dan Konformitas dengan Celebrity Worship Pada Remaja di Surabaya*. *Jurnal Gema Aktualita*, 4(1), 61–69.
- Hardika, J., Noviekayati, I., & Saragih, S. (2019). *Hubungan Self-Esteem Dan Kesepian Dengan Kecenderungan Gangguan Kepribadian Narsistik Pada Remaja Pengguna Sosial Media Instagram*. 14(1), 1–13.
- Hurlock, Elizabeth B. 1980. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Gramedia.
- Inferlambang, M. (2017). *Perbedaan Sikap Celebrity Worship Pada Fans K-pop Dewasa Muda Yang Mengalami Kesepian Sebelum Dan Sesudah Menjadi Penggemar*. Naskah Publikasi. Psikologi. Universitas Katolik Widya Mandala Madiun. Madiun
- Jamilah, Y., Nurhudaya, Budiman, N., (2020). *Profile Of Celebrity Worship Tendency*. 1(1), 61–67.
- Jihyun Kim, Jinyoung Kim & Hocheol Yang (2019). *Loneliness and the use of social media to follow celebrities: A moderating role of social presence*. *The Social Science Journal*. 56(2), 21-29. <http://doi.org/10.1016/j.soscij.2018.12.007>
- Krisnawati, E., & Soetjningsih, C. H. (2017). *Hubungan Antara Kesepian Dengan Selfie-Liking Pada Mahasiswa*. 16(2), 122–127.
- Kumalasari, S, Andhyantoro, I. 2012. *Kesehatan Reproduksi untuk Mahasiswa Kebidanan dan Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Kumparan.com. (2017). *Fanatisme fans k-pop: Candu dan bumbu remaja*. Diunduh dari <https://kumparan.com/@kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja>Kumparan.com.
- Maltby, J., Day, L., & Mccutcheon, L. E. (2004). *Celebrity worship, cognitive flexibility, and social complexity*. November. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.02.004>
- 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* December. <https://doi.org/10.1348/0007126042369794>

**Perilaku Celebrity Worship pada remaja komunitas Nctzens di Indonesia ditinjau dari
Loneliness**

- 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*. 17–32. <https://doi.org/10.1348/135910704X15257>
- Maltby, L. (2011). *Celebrity worship and incidence of elective cosmetic surgery: evidence of a link among young adults*. 49, 483–489.
- Mandas, A. L., Suroso, Sarwindah, D. S. (2018). *Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Pecinta Korea Di Manado Ditinjau Dari Jenis Kelamin* 22(2), 165-189
- Mccutcheon, L. (2002). *Conceptualization and measurement of celebrity worship* Lynn E McCutcheon; Rense Lange; James Houran. March 2020. <https://doi.org/10.1348/000712602162454>
- Mutawalli, L., Setiawan, S., & Saimi, S. (2020). *Terapi Relaksasi Otot Progresif Sebagai Alternatif Mengatasi Stress Dimasa Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Lombok Tengah*. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 4(3), 41–44. <https://doi.org/10.36312/jisip.v4i3.1155>
- Nim, O. M. K., Negeri, S. M. A., Negeri, S. M. A., & Negeri, S. M. A. (2013). *Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi (Studi pada siswa SMA Negeri 9 , Manado)* Pendahuluan. 2.
- Nur, S., Ahmad, A., & Kristiutami, A. (2020). *Jurnal Aisyah : Jurnal Ilmu Kesehatan Celebrity worship and body image satisfaction: An analytical research among adolescents in Tangerang Indonesia*. 5(1), 47–52.
- Nurgiyantoro, B. (2012). *Penilaian Pembelajaran Bahasa Berbasis Kompetensi*. Yogyakarta: Badan Percetakan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prakoso, H. (2017). *Pengaruh Loneliness terhadap Parasocial Relationship pada Fansclub Wannable di Bandung*. *Prosiding Psikologi*, 5(1), 95-102
- Pramitha, R. (2018). *Hubungan Kesejahteraan Psikologis Dengan Kesepian Pada Mahasiswa Yang Merantau Di Yogyakarta*. Skripsi. Psikologi. Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Putri, D., Sintya, K., & Rahayu, K. (2019). *Gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali*. 6(2), 291–300.
- Rachmawati, L. (2016). *"Gambaran Perilaku Remaja Tentang Pernikahan Dini di Desa Plembutan Kecamatan Playen Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta"*. Skripsi. Kebidana. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Jendral Achmad Yani Yogyakarta. Yogyakarta
- Russell, D. W. (2013). *UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, Validity, and Factor Structure*. December. <https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6601>
- Setiyani, R. (2010). *Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar*. *Dinamika Pendidikan Unnes*, 5(2), 117–133. <https://doi.org/10.15294/dp.v5i2.4921>
- Sheridan, L., North, A., & Maltby, J. (2007). *Celebrity worship, addiction and criminality*

**Perilaku *Celebrity Worship* pada remaja komunitas *Nctzens* di Indonesia ditinjau dari
*loneliness***

Celebrity worship , addiction and criminality. December.
<https://doi.org/10.1080/10683160601160653>

Syam, H. M. (2015). Globalisasi Media Dan Penyerapan Budaya Asing, Analisis Pada Pengaruh Budaya Populerkorea Di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 3(1), 54–70.

Wayan, N., Ayu, R. S., & Astiti, D. P. (2020). Gambaran *Celebrity Worship* Pada Penggemar K-Pop. *Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 2720–8958. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Psikobuletin/article/view/9858>

Wikipedia. (2021). *NCT*. <https://id.wikipedia.org/wiki/NCT>

Zahrotustianah & Puspitasari, R. (2017). 7 Konser k-pop ini bikin merinding Viva. Diunduh dari <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/920142-7-konser-k-pop-ini-bikin-merinding>