

Hubungan Antara Kesepian Dan Harga Diri Dengan Celebrity Worship Pada Mahasiswa Penggemar K-Pop Anggota Komunitas Korean Culture Club ITB

Hassya Indriani Sasmita¹, Dewi Syukriah²
hassya.indrianis@gmail.com¹, dewisyukriah@yahoo.com²
1,2 Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kesepian dan harga diri dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB. Sampel penelitian ini adalah 112 mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota Korean Culture Club ITB dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu korelasi bivariat dan korelasi multivariat. Instrumen penelitian yang digunakan adalah Skala *Celebrity worship*, Skala Kesepian dan Skala Harga Diri berdasarkan model skala likert. Uji validitas, reliabilitas dan korelasi dilakukan menggunakan bantuan program SPSS versi 22.0. Hasil analisis data menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara kesepian dan harga diri dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB ($r^2=0.52$, $p>0.05$).

Kata Kunci: *Celebrity worship, Kesepian, Harga Diri*

Abstract

This study aims to determine the relationship between loneliness and self-esteem with celebrity worship in K-Pop fan students who are members of the Korean Culture Club ITB community. The sample for this research is 112 K-Pop fan students who are members of the Korean Culture Club ITB using the saturated sampling technique. The data analysis techniques used in this research are bivariate correlation and multivariate correlation. The research instruments used were the Celebrity worship Scale, Loneliness Scale, and Self-Esteem Scale based on the Likert scale model. Validity, reliability, and correlation tests were carried out using the SPSS version 22.0 program. The results of the data analysis showed that there is no correlation between loneliness and self-esteem with celebrity worship in K-Pop fan students who are members of the Korean Culture Club ITB community ($r^2=0.52$, $p>0.05$).

Keywords: *Celebrity worship, Loneliness, Self-Esteem*

1. PENDAHULUAN

K-Pop merupakan salah satu *trend* musik berasal dari Korea Selatan yang saat ini sedang meningkat kepopulerannya. Indonesia tentu saja sangat berperan dalam meningkatnya kepopuleran *K-Pop* di dunia. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, para penggemar *K-Pop* tidak perlu bersusah payah untuk menikmati konten serta melihat aktivitas yang sedang dilakukan oleh tokoh idola dan juga mengenal idolanya lebih dekat tanpa berkomunikasi secara langsung.

Para penggemar juga mendirikan komunitas dan klub untuk saling berkumpul dan melakukan aktivitas yang berkaitan dengan tokoh idola. Salah satu komunitas yang berdiri adalah Korean Culture Club ITB atau biasa disingkat menjadi KCC ITB. KCC ITB merupakan komunitas penggemar budaya Korea Selatan di Institut Teknologi Bandung (ITB) yang didirikan pada tahun 2017. Walaupun merupakan komunitas penggemar budaya Korea Selatan, ketua dari KCC ITB sendiri menyatakan bahwa mayoritas

anggota dari KCC yang aktif saat ini merupakan penggemar *K-Pop*.

Karena mayoritas dari anggota KCC ITB merupakan penggemar *K-Pop*, para anggota saling bertukar cerita terkait kegiatan-kegiatan yang idolanya lakukan akhir-akhir ini. Anggota KCC ITB juga aktif dalam menggunakan media sosial seperti *Twitter* dan *Instagram* untuk memantau kegiatan idolanya setiap hari. Selain itu, saat berkumpul para anggota KCC ITB sering melakukan karaoke lagu-lagu *K-Pop*.

McCutcheon (2002) menyatakan bahwa semakin tinggi penggemar mengidolakan seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatan penggemar dengan tokoh idolanya (*celebrity involvement*) dan semakin besar pula perasaan *intimacy* penggemar terhadap idolanya tersebut. Tingginya *celebrity involvement* dan *intimacy* penggemar terhadap tokoh idolanya dapat menimbulkan kecenderungan obsesi, dimana penggemar akan melibatkan dirinya dengan mendalam, melakukan segala hal yang berhubungan dengan

idolanya yang mengakibatkan pemujaan pada tokoh idolanya. Pemujaan terhadap tokoh idola inilah yang disebut dengan *celebrity worship*.

Celebrity worship merupakan bentuk dari interaksi parasosial atau hubungan satu arah antara penggemar dan tokoh idolanya, dimana penggemar menjadi terobsesi dengan tokoh idolanya (Maltby, Houran, dan McCutcheon, 2003).

Celebrity worship terjadi karena beberapa faktor, salah satunya adalah kesepian. Perlman dan Peplau (dalam Hidayati, 2015) mendefinisikan kesepian sebagai pengalaman tidak menyenangkan yang dialami ketika individu kekurangan hubungan sosial secara kuantitatif maupun kualitatif. Individu yang kesepian, memenuhi kebutuhan pertemanan dan mengatasi perasaan kesepian tersebut dengan menjalin hubungan dengan tokoh idola. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Norlund (dalam Hoffner, 2002), individu yang hubungan sosialnya kurang, akan lebih sering menetap di dalam rumah sehingga cenderung menggunakan

media seperti televisi dan lainnya sebagai teman.

Pada penelitian Laksono (2021) individu yang mendapat respon negatif dari lingkungan sosial menyebabkan individu merasa kesepian. Sehingga dengan melakukan *celebrity worship*, individu dapat berhubungan dengan tokoh idolanya dan rasa kesepian yang dirasakan dapat dilengkapi.

Selain kesepian, faktor lain yang menyebabkan terjadinya *celebrity worship* adalah harga diri. Menurut Michener dan Delameter (dalam Sitasari dkk, 2019) perbandingan sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi harga diri. Keinginan individu untuk memiliki perasaan bahwa dirinya mampu dan berharga akan membuat individu membandingkan dirinya dengan orang lain. Ketika individu menemukan idola yang sesuai dengan idealismenya, maka individu akan cenderung mengikuti idola tersebut untuk meningkatkan harga dirinya. Sehingga dengan melakukan *celebrity worship* akan meningkatkan harga diri individu.

2. LANDASAN TEORI

Celebrity worship

Konsep *celebrity worship* pertama kali dikemukakan oleh McCutcheon (2002) yang menyatakan bahwa *celebrity worship* adalah bentuk hubungan yang bersifat abnormal antara penggemar dengan tokoh idolanya.

Menurut Anderson, Robin, dan Gray (dalam Benu, Takalapeta, & Nabit, 2019) *celebrity worship* merupakan bentuk pemujaan akan tokoh selebriti dimana penggemar merasa terikat dan terikat secara tidak normal pada ketertarikan penggemar akan tokoh selebriti. Stever (2011) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai hubungan sosial yang biasanya terjadi satu arah yang didasarkan pada ketertarikan dan minat pada seseorang yang terkenal.

Maltby, Giles, Barber dan McCutcheon (2002) menyatakan bahwa terdapat tiga dimensi yang dapat digambarkan sebagai tingkatan *celebrity worship*, yaitu:

a. Entertainment social

Merupakan motivasi penggemar yang mendasari pencarian tentang hal-hal yang berkaitan dengan tokoh idola yang disukainya. Hal ini dilakukan dengan cara membicarakan mengenai tokoh idola tersebut dengan sesama penggemar dan mempelajari mengenai tokoh idola tersebut melalui media massa.

b. Intense personal

Merupakan perasaan yang bersifat intensif dan kompulsif yang dimiliki penggemar terhadap tokoh idolanya, dimana penggemar merasa memiliki hubungan yang kuat dengan tokoh idola. Perasaan ini menyebabkan penggemar menjadi memiliki kebutuhan untuk mengetahui segala hal tentang tokoh idola yang disukainya.

c. Borderline pathological

Merupakan tingkatan paling tinggi dari *celebrity worship*. Pada tingkatan ini diwujudkan dengan sikap dan perilaku dimana penggemar bersedia melakukan apa saja demi tokoh idola yang disukainya. Meskipun hal tersebut dapat melanggar norma dan hukum. Pada tingkatan ini, pemikiran

penggemar tampak tidak rasional dan tidak terkontrol.

Kesepian

Menurut Peplau dan Perlman (dalam Oguz dan Cakir, 2014) kesepian merupakan perasaan yang dirasakan oleh individu ketika individu beranggapan bahwa kehidupan sosialnya tidak sebaik apa yang diinginkan, atau ketika individu tidak puas dengan kehidupan sosialnya. Kesepian muncul ketika hubungan interpersonal individu tidak dapat memenuhi kebutuhan sosial dan ketika jumlah penghargaan sosial yang dirasakan individu berkurang. Oleh karena itu, kesepian bukanlah emosi yang muncul begitu saja karena sendirian secara fisik (Russell dkk, 2012)

Russel (1996) menjelaskan bahwa kesepian memiliki tiga dimensi, yaitu:

a. *Personality* atau kepribadian merupakan aspek dalam diri yang menentukan perilaku dan pemikiran individu. Kesepian lebih mudah dialami oleh individu dengan kepribadian yang digambarkan dengan

perasaan rendah diri, tidak nyaman, cemas dan pasif.

- b. *Social Desirability* merupakan keinginan individu untuk bergabung dan diterima oleh lingkungan sosial. Kesepian muncul karena individu tidak merasa puas dengan kehidupan sosial yang dimilikinya.
- c. *Depression* merupakan kesepian yang muncul karena tekanan yang dialami seseorang dengan tanda-tanda adanya perasaan sedih, tidak berharga, tidak bersemangat dan murung.

Harga Diri

Coopersmith (1967) mengatakan bahwa harga diri merupakan hasil evaluasi individu terhadap dirinya sendiri yang diekspresikan dalam sikap terhadap diri sendiri. Evaluasi ini menyatakan suatu sikap penerimaan atau penolakan dan menunjukkan seberapa besar individu percaya bahwa dirinya mampu, berarti, berhasil, berharga menurut standart dan nilai pribadinya.

Ghufron dan Risnawita (2016) menjelaskan harga diri sebagai penilaian diri yang dilakukan

individu pada dirinya berdasarkan pada hubungannya dengan orang lain.

Menurut Felker (dalam Zebua, Suprpto, dan Elisabeth, 2014) terdapat tiga aspek dalam harga diri, yaitu:

a. Perasaan Diterima (*Feeling of Belonging*)

Perasaan yang dimiliki seseorang bahwa dirinya merupakan bagian dari suatu kelompok dan diterima oleh anggota kelompoknya. Kelompok yang dimaksud dapat berupa keluarga, teman sebaya, atau kelompok lainnya.

b. Perasaan Mampu (*Feeling of Competence*)

Perasaan individu bahwa dirinya dapat melakukan sesuatu dengan kemampuan yang dimiliki serta keyakinan bahwa usahanya akan membuahkan hasil terbaik. Apabila individu merasa sudah berhasil mencapai tujuannya maka penilaian positif kepada diri sendiri akan semakin bertambah.

c. Perasaan Berharga (*Feeling of Worth*)

Perasaan yang dimiliki seseorang tentang keberhargaan dirinya,

perasaan keberhargaan ini banyak dipengaruhi oleh pengalaman seseorang di masa lalu. Perasaan yang dimiliki seseorang yang sering kali ditunjukkan serta berasal dari pernyataan-pernyataan yang bersifat pribadi misalnya pandai, sopan, rendah hati, dan lain-lain.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang terdiri dari variabel bebas yaitu kesepian dan harga diri, serta variabel terikat yaitu *celebrity worship*. Populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah mahasiswa penggemar *K-Pop* yang merupakan anggota komunitas Korean Culture Club ITB sebanyak 112 mahasiswa. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan sampling jenuh yaitu seluruh anggota populasi sebanyak 112 mahasiswa.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Celebrity Worship* yang terdiri dari 21 item, Skala Kesepian yang terdiri dari 15 item dan Skala Harga Diri yang terdiri dari 15 item. Pengumpulan

data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian dengan lima pilihan jawaban mulai dari sangat tidak setuju (STS) hingga sangat setuju (SS). Pengujian data yang diperoleh dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 22.0 *for windows*.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas, variabel *celebrity worship* diperoleh taraf signifikansi $p = 0.024$ ($p < 0.05$), maka data berdistribusi tidak normal. Selanjutnya variabel kesepian diperoleh taraf signifikansi $p = 0.200$ ($p > 0.05$), maka data berdistribusi normal. Pada variabel harga diri diperoleh taraf signifikansi $p = 0.042$ ($p < 0.05$), maka data berdistribusi tidak normal. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa variabel kesepian berdistribusi normal, sedangkan variabel *celebrity worship* dan harga diri berdistribusi tidak normal.

4.2. Uji Hipotesis

Hipotesis pertama ialah terdapat hubungan antara kesepian dengan

celebrity worship pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB. Setelah dilakukan uji korelasi menggunakan *bivariate correlation* pada program SPSS 22.0 *for windows* diperoleh hasil koefisien korelasi sebesar $r = -0.161$ dengan $p = 0.090$ ($p > 0.05$) yang berarti tidak terdapat hubungan antara kesepian dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB.

Hipotesis kedua ialah terdapat hubungan antara harga diri dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB. Berdasarkan hasil uji korelasi diperoleh hasil koefisien korelasi sebesar $r = 0.228$ dengan $p = 0.016$ ($p < 0.05$) yang berarti terdapat hubungan yang bersifat positif antara harga diri dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB

Hipotesis ketiga ialah terdapat hubungan antara kesepian dan harga diri dengan *celebrity worship* pada

mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB. Setelah dilakukan uji korelasi menggunakan *multivariate correlation* pada program SPSS 22.0 *for windows* diperoleh hasil koefisien korelasi sebesar $r = 0.228$ dengan $p = 0.054$ ($p > 0.05$) yang berarti secara bersamaan tidak terdapat hubungan antara kesepian dan harga diri dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB.

Selanjutnya dilakukan analisis data *regression* dengan metode *enter* dalam program SPSS versi 22.0 *for windows*, diketahui *R square* sebesar 0.052. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa variabel kesepian dan harga diri memberikan kontribusi sebesar 5.2% pada variabel *celebrity worship*.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan

1. Tidak terdapat hubungan antara kesepian dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota

komunitas Korean Culture Club ITB.

2. Terdapat hubungan positif antara *celebrity worship* dengan harga diri pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB.
3. Tidak terdapat hubungan antara kesepian dan harga diri dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB. Variabel kesepian dan harga diri dinyatakan memberikan kontribusi sebanyak 5.2% terhadap *celebrity worship*, sedangkan sisanya berasal dari variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Aytulun, G., & Büyükkşahin Sunal, A. (2020). Parasocial Interaction with Media Characters. *Current Approaches In Psychiatry*, 12(4), 494-506. doi: 10.18863/pgy.688117
- Benu, J. M. Y., Takalapeta, T., & Nabit, Y. (2019). Perilaku *Celebrity worship* pada Remaja Perempuan. *Journal of Health and Behavioral Science*, 1(1), 13-25. <https://doi.org/10.35508/jhbs.v1i1.2078>
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents Of Self Esteem*. San

- Francisco: W.H. Freeman and Company.
- Ghufron. M. N., & Risnawita. R. (2010). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hidayati, D. S. (2015). Self-Compassion and Loneliness. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 3(1).
- Hoffner, C. A. (2002). Attachment to Media Characters. Dalam Scheement, J.R (Eds.), *Encyclopedia of Communication and Information*. New York: Macmilian Reference.
- Laksono, A. P., & Noer, A. H. (2021). Idolaku, Sumber Intimacy-ku: Dinamika *Celebrity worship* dan Tugas Perkembangan Dewasa Awal Pecinta Kpop. *Jurnal Psikologi*, 7(2).
- Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A Clinical Interpretation of Attitudes and Behaviors Associated with *Celebrity worship*. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25-29.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of *celebrity worship*. *British journal of psychology (London, England:1953)*, 93(1), 67-87. <https://doi.org/10.1348/000712602162454>.
- Oguz, E & Cakir, O. (2014). Relationship between the levels of loneliness and internet addiction. *Anthropologist*, 18, 183-189
- Bruno, F.J. (2000). *Conquer loneliness (Menaklukkan kesepian)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Russell, D. W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, validity, and factor structure. *Journal of Personality Assessment*, 66(1), 20-40. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6601_2
- Russell, D.W., Cutrona C.E., McRae, C., Gomez, M. (2012). Is loneliness the same as being alone?. *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 146(1).
- 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 1St International Conference On Business, Law And Pedagogy, ICBLP 2019, 13-15 February 2019, Sidoarjo, Indonesia*. doi: 10.4108/eai.13-2-2019.2285982
- Stever, G.S. (2011). *Celebrity worship*: Critiquing a Construct. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(6).
- Widjaja, A. K., & Ali, M. M. (2015). Gambaran *celebrity worship* Pada Dewasa Awal di Jakarta. *Humaniora*, 6(1), 21. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i1.3294>
- Zebua, S. P. I., Suprpto. M. H & Elisabeth. M. P. (2014). Menelaah Fenomena Suporter Persebaya: Hubungan Harga Diri dan Kolektivitas, dengan Tindakan Agresi. *Jurnal GEMA AKTUALITA*, 3(1).



SERTIFIKAT

NO : 160/LPPM UPI Y.A.I/X/2022

Diberikan kepada :

Hassya Indriani Sasmita

Sebagai

PEMAKALAH

Dengan Judul

Hubungan antara kesepian dan harga diri dengan celebrity worship pada mahasiswa penggemar K-Pop anggota komunitas Korean Culture Club ITB

Dalam Kegiatan Seminar Nasional Industri Kreatif, Teknologi & Humaniora yang diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Persada Indonesia Y.A.I pada tanggal 01 Oktober 2022.

Jakarta, 01 Oktober 2022

UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I
Rektor,



Prof. Ir. Sri Astuti Indriyati, MS., Ph.D



LPPM UPI Y.A.I
Direktur,



Dr. Sularso Budilaksono, M.Kom



Semnas IKRA-ITH
Universitas Persada Indonesia YAI



SERTIFIKAT

NO : 160/LPPM UPI Y.A.I/X/2022

Diberikan kepada :

Dewi Syukriah

Sebagai

PEMAKALAH

Dengan Judul

Hubungan antara kesepian dan harga diri dengan celebrity worship pada mahasiswa penggemar K-Pop anggota komunitas Korean Culture Club ITB

Dalam Kegiatan Seminar Nasional Industri Kreatif, Teknologi & Humaniora yang diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Persada Indonesia Y.A.I pada tanggal 01 Oktober 2022.

Jakarta, 01 Oktober 2022

UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I
Rektor,



Prof. H. Sri Astuti Indriyati, MS., Ph.D



LPPM UPI Y.A.I
Direktur,



Dr. Sularso Budilaksono, M.Kom



Semnas IKRA-ITH
Universitas Persada Indonesia YAI

Hubungan Antara Kesepian Dan Harga Diri Dengan *Celebrity Worship* Pada Mahasiswa Penggemar *K-Pop* Anggota Komunitas Korean Culture Club ITB

Hassya Indriani Sasmita¹, Dewi Syukriah²
hassyaindrianis@gmail.com¹, dewisyukriah@yahoo.com²
1,2 Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kesepian dan harga diri dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB. Sampel penelitian ini adalah 112 mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota Korean Culture Club ITB dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu korelasi bivariat dan korelasi multivariat. Instrumen penelitian yang digunakan adalah Skala *Celebrity worship*, Skala Kesepian dan Skala Harga Diri berdasarkan model skala likert. Uji validitas, reliabilitas dan korelasi dilakukan menggunakan bantuan program SPSS versi 22.0. Hasil analisis data menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara kesepian dan harga diri dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB ($r^2=0.52$, $p>0.05$).

Kata Kunci: *Celebrity worship, Kesepian, Harga Diri*

Abstract

This study aims to determine the relationship between loneliness and self-esteem with celebrity worship in K-Pop fan students who are members of the Korean Culture Club ITB community. The sample for this research is 112 K-Pop fan students who are members of the Korean Culture Club ITB using the saturated sampling technique. The data analysis techniques used in this research are bivariate correlation and multivariate correlation. The research instruments used were the Celebrity worship Scale, Loneliness Scale, and Self-Esteem Scale based on the Likert scale model. Validity, reliability, and correlation tests were carried out using the SPSS version 22.0 program. The results of the data analysis showed that there is no correlation between loneliness and self-esteem with celebrity worship in K-Pop fan students who are members of the Korean Culture Club ITB community ($r^2=0.52$, $p>0.05$).

Keywords: *Celebrity worship, Loneliness, Self-Esteem*

1. PENDAHULUAN

K-Pop merupakan salah satu *trend* musik berasal dari Korea Selatan yang saat ini sedang meningkat kepopulerannya. Indonesia tentu saja sangat berperan dalam meningkatnya kepopuleran *K-Pop* di dunia. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, para penggemar *K-Pop* tidak perlu bersusah payah untuk menikmati konten serta melihat aktivitas yang sedang dilakukan oleh tokoh idola dan juga mengenal idolanya lebih dekat tanpa berkomunikasi secara langsung.

Para penggemar juga mendirikan komunitas dan klub untuk saling berkumpul dan melakukan aktivitas yang berkaitan dengan tokoh idola. Salah satu komunitas yang berdiri adalah Korean Culture Club ITB atau biasa disingkat menjadi KCC ITB. KCC ITB merupakan komunitas penggemar budaya Korea Selatan di Institut Teknologi Bandung (ITB) yang didirikan pada tahun 2017. Walaupun merupakan komunitas penggemar budaya Korea Selatan, ketua dari KCC ITB sendiri menyatakan bahwa mayoritas

anggota dari KCC yang aktif saat ini merupakan penggemar *K-Pop*.

Karena mayoritas dari anggota KCC ITB merupakan penggemar *K-Pop*, para anggota saling bertukar cerita terkait kegiatan-kegiatan yang idolanya lakukan akhir-akhir ini. Anggota KCC ITB juga aktif dalam menggunakan media sosial seperti *Twitter* dan *Instagram* untuk memantau kegiatan idolanya setiap hari. Selain itu, saat berkumpul para anggota KCC ITB sering melakukan karaoke lagu-lagu *K-Pop*.

McCutcheon (2002) menyatakan bahwa semakin tinggi penggemar mengidolakan seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatan penggemar dengan tokoh idolanya (*celebrity involvement*) dan semakin besar pula perasaan *intimacy* penggemar terhadap idolanya tersebut. Tingginya *celebrity involvement* dan *intimacy* penggemar terhadap tokoh idolanya dapat menimbulkan kecenderungan obsesi, dimana penggemar akan melibatkan dirinya dengan mendalam, melakukan segala hal yang berhubungan dengan idolanya yang mengakibatkan pemujaan pada tokoh

idolanya. Pemujaan terhadap tokoh idola inilah yang disebut dengan *celebrity worship*.

Celebrity worship merupakan bentuk dari interaksi parasosial atau hubungan satu arah antara penggemar dan tokoh idolanya, dimana penggemar menjadi terobsesi dengan tokoh idolanya (Maltby, Houran, dan McCutcheon, 2003).

Celebrity worship terjadi karena beberapa faktor, salah satunya adalah kesepian. Perlman dan Peplau (dalam Hidayati, 2015) mendefinisikan kesepian sebagai pengalaman tidak menyenangkan yang dialami ketika individu kekurangan hubungan sosial secara kuantitatif maupun kualitatif. Individu yang kesepian, memenuhi kebutuhan pertemanan dan mengatasi perasaan kesepian tersebut dengan menjalin hubungan dengan tokoh idola. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Norlund (dalam Hoffner, 2002), individu yang hubungan sosialnya kurang, akan lebih sering menetap di dalam rumah sehingga cenderung menggunakan media seperti televisi dan lainnya sebagai teman.

Pada penelitian Laksono (2021) individu yang mendapat respon negatif dari lingkungan sosial menyebabkan individu merasa kesepian. Sehingga dengan melakukan *celebrity worship*, individu dapat berhubungan dengan tokoh idolanya dan rasa kesepian yang dirasakan dapat dilengkapi.

Selain kesepian, faktor lain yang menyebabkan terjadinya *celebrity worship* adalah harga diri. Menurut Michener dan Delameter (dalam Sitasari dkk, 2019) perbandingan sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi harga diri. Keinginan individu untuk memiliki perasaan bahwa dirinya mampu dan berharga akan membuat individu membandingkan dirinya dengan orang lain. Ketika individu menemukan idola yang sesuai dengan idealismenya, maka individu akan cenderung mengikuti idola tersebut untuk meningkatkan harga dirinya. Sehingga dengan melakukan *celebrity worship* akan meningkatkan harga diri individu.

2. LANDASAN TEORI

Celebrity worship

Konsep *celebrity worship* pertama kali dikemukakan oleh McCutcheon (2002) yang menyatakan bahwa *celebrity worship* adalah bentuk hubungan yang bersifat abnormal antara penggemar dengan tokoh idolanya.

Menurut Anderson, Robin, dan Gray (dalam Benu, Takalapeta, & Nabit, 2019) *celebrity worship* merupakan bentuk pemujaan akan tokoh selebriti dimana penggemar merasa terikat dan terikat secara tidak normal pada ketertarikan penggemar akan tokoh selebriti. Stever (2011) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai hubungan sosial yang biasanya terjadi satu arah yang didasarkan pada ketertarikan dan minat pada seseorang yang terkenal.

Maltby, Giles, Barber dan McCutcheon (2002) menyatakan bahwa terdapat tiga dimensi yang dapat digambarkan sebagai tingkatan *celebrity worship*, yaitu:

a. Entertainment social

Merupakan motivasi penggemar yang mendasari pencarian tentang

hal-hal yang berkaitan dengan tokoh idola yang disukainya. Hal ini dilakukan dengan cara membicarakan mengenai tokoh idola tersebut dengan sesama penggemar dan mempelajari mengenai tokoh idola tersebut melalui media massa.

b. Intense personal

Merupakan perasaan yang bersifat intensif dan kompulsif yang dimiliki penggemar terhadap tokoh idolanya, dimana penggemar merasa memiliki hubungan yang kuat dengan tokoh idola. Perasaan ini menyebabkan penggemar menjadi memiliki kebutuhan untuk mengetahui segala hal tentang tokoh idola yang disukainya.

c. Borderline pathological

Merupakan tingkatan paling tinggi dari *celebrity worship*. Pada tingkatan ini diwujudkan dengan sikap dan perilaku dimana penggemar bersedia melakukan apa saja demi tokoh idola yang disukainya. Meskipun hal tersebut dapat melanggar norma dan hukum. Pada tingkatan ini, pemikiran penggemar tampak tidak rasional dan tidak terkontrol.

Kesepian

Menurut Peplau dan Perlman (dalam Oguz dan Cakir, 2014) kesepian merupakan perasaan yang dirasakan oleh individu ketika individu beranggapan bahwa kehidupan sosialnya tidak sebaik apa yang diinginkan, atau ketika individu tidak puas dengan kehidupan sosialnya. Kesepian muncul ketika hubungan interpersonal individu tidak dapat memenuhi kebutuhan sosial dan ketika jumlah penghargaan sosial yang dirasakan individu berkurang. Oleh karena itu, kesepian bukanlah emosi yang muncul begitu saja karena sendirian secara fisik (Russell dkk, 2012)

Russel (1996) menjelaskan bahwa kesepian memiliki tiga dimensi, yaitu:

- a. *Personality* atau kepribadian merupakan aspek dalam diri yang menentukan perilaku dan pemikiran individu. Kesepian lebih mudah dialami oleh individu dengan kepribadian yang digambarkan dengan perasaan rendah diri, tidak nyaman, cemas dan pasif.
- b. *Social Desirability* merupakan keinginan individu untuk bergabung dan diterima oleh

lingkungan sosial. Kesepian muncul karena individu tidak merasa puas dengan kehidupan sosial yang dimilikinya.

- c. *Depression* merupakan kesepian yang muncul karena tekanan yang dialami seseorang dengan tanda-tanda adanya perasaan sedih, tidak berharga, tidak bersemangat dan murung.

Harga Diri

Coopersmith (1967) mengatakan bahwa harga diri merupakan hasil evaluasi individu terhadap dirinya sendiri yang diekspresikan dalam sikap terhadap diri sendiri. Evaluasi ini menyatakan suatu sikap penerimaan atau penolakan dan menunjukkan seberapa besar individu percaya bahwa dirinya mampu, berarti, berhasil, berharga menurut standart dan nilai pribadinya.

Ghufron dan Risnawita (2016) menjelaskan harga diri sebagai penilaian diri yang dilakukan individu pada dirinya berdasarkan pada hubungannya dengan orang lain.

Menurut Felker (dalam Zebua, Suprpto, dan Elisabeth, 2014) terdapat tiga aspek dalam harga diri, yaitu:

a. Perasaan Diterima (*Feeling of Belonging*)

Perasaan yang dimiliki seseorang bahwa dirinya merupakan bagian dari suatu kelompok dan diterima oleh anggota kelompoknya. Kelompok yang dimaksud dapat berupa keluarga, teman sebaya, atau kelompok lainnya.

b. Perasaan Mampu (*Feeling of Competence*)

Perasaan individu bahwa dirinya dapat melakukan sesuatu dengan kemampuan yang dimiliki serta keyakinan bahwa usahanya akan membuahkan hasil terbaik. Apabila individu merasa sudah berhasil mencapai tujuannya maka penilaian positif kepada diri sendiri akan semakin bertambah.

c. Perasaan Berharga (*Feeling of Worth*)

Perasaan yang dimiliki seseorang tentang keberhargaan dirinya, perasaan keberhargaan ini banyak dipengaruhi oleh pengalaman seseorang di masa lalu. Perasaan yang dimiliki seseorang yang sering kali ditunjukkan serta berasal dari pernyataan-pernyataan yang bersifat

pribadi misalnya pandai, sopan, rendah hati, dan lain-lain.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang terdiri dari variabel bebas yaitu kesepian dan harga diri, serta variabel terikat yaitu *celebrity worship*. Populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah mahasiswa penggemar *K-Pop* yang merupakan anggota komunitas Korean Culture Club ITB sebanyak 112 mahasiswa. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan sampling jenuh yaitu seluruh anggota populasi sebanyak 112 mahasiswa.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Celebrity Worship* yang terdiri dari 21 item, Skala Kesepian yang terdiri dari 15 item dan Skala Harga Diri yang terdiri dari 15 item. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian dengan lima pilihan jawaban mulai dari sangat tidak setuju (STS) hingga sangat setuju (SS). Pengujian data yang diperoleh dilakukan dengan

bantuan program SPSS versi 22.0 *for windows*.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas, variabel *celebrity worship* diperoleh taraf signifikansi $p = 0.024$ ($p < 0.05$), maka data berdistribusi tidak normal. Selanjutnya variabel kesepian diperoleh taraf signifikansi $p = 0.200$ ($p > 0.05$), maka data berdistribusi normal. Pada variabel harga diri diperoleh taraf signifikansi $p = 0.042$ ($p < 0.05$), maka data berdistribusi tidak normal. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa variabel kesepian berdistribusi normal, sedangkan variabel *celebrity worship* dan harga diri berdistribusi tidak normal.

4.2. Uji Hipotesis

Hipotesis pertama ialah terdapat hubungan antara kesepian dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB. Setelah dilakukan uji korelasi menggunakan *bivariate correlation* pada program SPSS 22.0 *for windows* diperoleh hasil koefisien korelasi sebesar $r = -$

0.161 dengan $p = 0.090$ ($p > 0.05$) yang berarti tidak terdapat hubungan antara kesepian dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB.

Hipotesis kedua ialah terdapat hubungan antara harga diri dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB. Berdasarkan hasil uji korelasi diperoleh hasil koefisien korelasi sebesar $r = 0.228$ dengan $p = 0.016$ ($p < 0.05$) yang berarti terdapat hubungan yang bersifat positif antara harga diri dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB.

Hipotesis ketiga ialah terdapat hubungan antara kesepian dan harga diri dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB. Setelah dilakukan uji korelasi menggunakan *multivariate correlation* pada program SPSS 22.0 *for windows* diperoleh hasil koefisien korelasi sebesar $r = 0.228$ dengan $p = 0.054$ ($p > 0.05$) yang berarti secara

besamaan tidak terdapat hubungan antara kesepian dan harga diri dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB.

Selanjutnya dilakukan analisis data *regression* dengan metode *enter* dalam program SPSS versi 22.0 *for windows*, diketahui *R square* sebesar 0.052. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa variabel kesepian dan harga diri memberikan kontribusi sebesar 5.2% pada variabel *celebrity worship*.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan

1. Tidak terdapat hubungan antara kesepian dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB.
2. Terdapat hubungan positif antara *celebrity worship* dengan harga diri pada mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB.
3. Tidak terdapat hubungan antara kesepian dan harga diri dengan *celebrity worship* pada

mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas Korean Culture Club ITB. Variabel kesepian dan harga diri dinyatakan memberikan kontribusi sebanyak 5.2% terhadap *celebrity worship*, sedangkan sisanya berasal dari variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Aytulun, G., & Büyükşahin Sunal, A. (2020). Parasocial Interaction with Media Characters. *Current Approaches In Psychiatry*, 12(4), 494-506. doi: 10.18863/pgy.688117
- Benu, J. M. Y., Takalapeta, T., & Nabit, Y. (2019). Perilaku *Celebrity worship* pada Remaja Perempuan. *Journal of Health and Behavioral Science*, 1(1), 13-25. <https://doi.org/10.35508/jhbs.v1i1.2078>
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents Of Self Esteem*. San Francisco: W.H. Freeman and Company.
- Ghufron. M. N., & Risnawita. R. (2010). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hidayati, D. S. (2015). Self-Compassion and Loneliness. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 3(1).
- Hoffner, C. A. (2002). Attachment to Media Characters. Dalam Scheement, J.R (Eds.), *Encyclopedia of Communication and Information*. New York: Macmilian Reference. Laksono, A.

- P., & Noer, A. H. (2021). Idolaku, Sumber Intimacy-ku: Dinamika *Celebrity worship* dan Tugas Perkembangan Dewasa Awal Pecinta Kpop. *Jurnal Psikologi*, 7(2).
- Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A Clinical Interpretation of Attitudes and Behaviors Associated with *Celebrity worship*. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25-29.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of *celebrity worship*. *British journal of psychology (London, England:1953)*, 93(1), 67-87. <https://doi.org/10.1348/000712602162454>.
- Oguz, E & Cakir, O. (2014). Relationship between the levels of loneliness and internet addiction. *Anthropologist*, 18, 183-189
- Bruno, F.J. (2000). *Conquer loneliness (Menaklukkan kesepian)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Russell, D. W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, validity, and factor structure. *Journal of Personality Assessment*, 66(1), 20-40. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6601_2
- Russell, D.W., Cutrona C.E., McRae, C., Gomez, M. (2012). Is loneliness the same as being alone?. *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 146(1).
- 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 1St International Conference On Business, Law And Pedagogy, ICBLP 2019, 13-15 February 2019, Sidoarjo, Indonesia*. doi: 10.4108/eai.13-2-2019.2285982
- Steuer, G.S. (2011). *Celebrity worship*: Critiquing a Construct. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(6).
- Widjaja, A. K., & Ali, M. M. (2015). Gambaran *celebrity worship* Pada Dewasa Awal di Jakarta. *Humaniora*, 6(1), 21. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i1.3294>
- Zebua, S. P. I., Suprpto. M. H & Elisabeth. M. P. (2014). Menelaah Fenomena Suporter Persebaya: Hubungan Harga Diri dan Kolektivitas, dengan Tindakan Agresi. *Jurnal GEMA AKTUALITA*, 3(1).



PANITIA SEMINAR NASIONAL INDUSTRI KREATIF INFORMATIKA, TEKNOLOGI DAN HUMANIORA

d/a Gedung Fakultas Teknik Universitas Persada Indonesia YAI
Jl. Salemba Raya No. 7/9 Jakarta - Telp. (021) 3914075/76/81

Semnas IKRA-ITH
Universitas Persada Indonesia YAI

No : 107 / SEMNAS-IKRAITH/IX/2022

Hal : Letter of Acceptance paper untuk SEMNAS IKRAITH

Letter of Acceptance

Kepada Yth.,

Bapak/Ibu/Sdr Hassya Indriani Sasmita

Di –

KOTA JAKARTA PUSAT

Dengan Hormat,

Melalui surat ini kami sampaikan bahwa makalah Bapak/Ibu dengan judul :

” Hubungan Antara Kesepian Dan Harga Diri Dengan Celebrity Worship Pada Mahasiswa
Penggemar K-Pop Anggota Komunitas Korean Culture Club Itb ”

Dapat **Kami Terima** untuk diseminarkan pada Seminar Nasional Industri Kreatif Informatika, Teknologi dan Humaniora (SEMNAS IKRAITH) dengan catatan perbaikan yang ada di halaman web.

Untuk itu dimohon Bapak/Ibu untuk melunasi tagihan pembayaran yang kami tayangkan melalui web www.semnas-ikraith.com ke nomor rekening Panitia Semnas Ikraith di Bank Mandiri dengan nomor rekening 123-000-729017-6. Bukti pembayaran silahkan diupload di situs tersebut untuk kami verifikasi.

Kami sangat mengapresiasi partisipasi Bapak/Ibu dalam SEMNAS IKRAITH tahun 2022 yang akan dilaksanakan pada tanggal 01 Oktober 2022. Makalah Bapak/Ibu segera kami masukkan dalam Jurnal yang akan kami OJS-kan setelah seminar berlangsung.

Kami tunggu kehadiran Bapak/Ibu pada tanggal tersebut di ruang diskusi melalui Zoom yang akan kami email beberapa hari sebelum tanggal pelaksanaan.

Demikian informasi yang dapat kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Jakarta, 06 September 2022

Ketua Panitia SEMNAS IKRAITH

Dr. Sularso Budilaksono, M.Kom.