
CELEBRITY WORSHIP PADA LAKI-LAKI DEWASA AWAL DITINJAU DARI KONTROL DIRI DAN IDEOLOGI MASKULINITAS

Ritwan Angga Putra, Dewi Retno Suminar

Universitas Airlangga

Email: ritwan.angga.putra-2019@psikologi.unair.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari kontrol diri dan ideologi maskulinitas dengan *celebrity worship* pada laki-laki dewasa awal penggemar *boy group* K-Pop. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatori dengan menyebarkan kuesioner secara daring. Alat ukur yang digunakan adalah *Celebrity Attitude Scale* (CAS) untuk mengukur tingkat *celebrity worship*, *Self Control Scale* (SCS) untuk mengukur kontrol diri dan *Male Role Norm Inventory-Short Form* (MRNI-SF) untuk mengukur sikap ideologi maskulinitas. Penelitian ini mendapatkan partisipan sebanyak 203 laki-laki penggemar *boy group* K-Pop dengan rentang usia 18-25 tahun. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan *software* SPSS. Hasil analisis uji regresi berganda menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,326 atau 32,6% dengan $p < 0,000$, dimana kontrol diri dan ideologi maskulinitas berpengaruh secara simultan terhadap *celebrity worship*. Kemudian, hasil uji regresi juga menyatakan bahwa *unstandardized coefficient regression* kontrol diri -0,354 ($p < 0,001$) dan ideologi maskulinitas -0,730 ($p < 0,001$) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *celebrity worship*.

Kata Kunci: *Pemujaan Selebriti, Kontrol Diri, Ideologi Maskulinitas, Penggemar K-Pop*

Abstract

The purpose of this study is to investigate the relationship between self-control and masculinity ideology and celebrity worship in early adult male fans of K-pop boy groups. The research method used is explanatory quantitative by distributing questionnaires online. The measurement tools used are the Celebrity Attitude Scale (CAS) to measure the level of celebrity worship, the Self Control Scale (SCS) to measure self-control, and the Male Role Norm Inventory-Short Form (MRNI-SF) to measure ideological attitudes of masculinity. This study involved 203 male K-Pop boy group fans with an age range of 18-25 years. This study uses multiple regression analysis with SPSS software. The results of multiple regression analysis showed that the R^2 value was 0.326 or 32.6% with $p < 0.000$, where self-control and masculinity ideology simultaneously influenced celebrity worship. Then, the results of the regression test also stated that the unstandardized regression coefficient of self-control -0.354 ($p < 0.001$) and the ideology of masculinity -0.730 ($p < 0.001$) had a negative and significant effect on celebrity worship.

Keyword: *Celebrity Worship, Self Control, Masculinity Ideology, K-Pop Fans*

Diserahkan: 10-03-2023

Diterima: 29-03-2023

Diterbitkan: 14-04-2023

PENDAHULUAN

Arus globalisasi yang pesat dapat menimbulkan berbagai fenomena budaya asing masuk ke beberapa negara, salah satunya penyebaran budaya Korea Selatan. Adanya kehadiran internet dapat memudahkan individu untuk mengakses budaya Korea Selatan, sehingga tidak luput dari fenomena *Hallyu Wave* (Putri & Savira, 2021). *Hallyu Wave* merupakan istilah yang mengacu pada penawaran produk budaya lokal milik Korea Selatan yang diekspor ke pasar luar negeri seperti budaya musik (K-Pop), drama serial (K-Drama), tren berpakaiannya, produk makanan maupun minuman, acara televisi *variety show*, atau produk-produk lainnya (Necula, 2016). Di Indonesia sendiri, budaya yang banyak digemari sejak decade ini adalah musik K-Pop.

Maraknya individu yang menyukai musik K-Pop dapat menimbulkan demam idola atau yang dikenal dengan istilah *celebrity worship* atau pemujaan selebriti. Fenomena pemujaan selebriti digambarkan seperti individu berperilaku ‘obsesi’ yang berlebihan terhadap satu atau lebih selebriti (McCutcheon dkk., 2003). Para penggemar budaya K-Pop untuk selanjutnya disebut sebagai *fanboy* (laki-laki) dan *fangirl* (perempuan) biasanya cenderung terobsesi dengan idolanya. Oleh karena itu, *fans Hallyu* akan dapat dengan mudahnya untuk menghafalkan bait lirik lagu yang dibawakan idolanya, rela mengantri berburu tiket konser atau *meet and greet*, mengimitasi atribut pakaian idola serta tidak jarang beberapa dari mereka mengetahui betul informasi terkait kehidupan pribadi yang dijalani oleh idola favoritnya (Mandas dkk., 2018).

Fenomena *celebrity worship* singkatnya merupakan bentuk interaksi parasosial abnormal yang dimana individu berasumsi bahwa identitas dirinya menjadi terobsesi secara virtual dengan satu atau lebih idola (Maltby dkk., 2004). Keterobsesian ini dapat menjadikan hubungan tersebut menjadi fokus utama dalam kehidupannya yang dicirikan sebagai identifikasi kuat yang disertai dengan perasaan pemujaan berlebih hingga bersedia untuk menginvestasikan waktu dan keuangannya untuk sang idola (Brooks, 2021).

McCutcheon dkk. (2012) dalam penemuannya menyebutkan bahwa *celebrity worship* merupakan konstruk psikologis yang terdiri dari 3 dimensi level terendah hingga ekstrem berdasarkan *psychological absorption-addiction*. Level terendah merupakan *entertainment social* (ES), individu tertarik dengan idola mereka karena kemampuan menghibur serta dapat menarik perhatian. Kemudian, pada level menengah adalah *intense personal feeling*, dimana individu mulai meningkatkan internalisasi dalam kehidupan pribadinya. Dan yang terakhir adalah *borderline-pathological* yang merupakan tahapan paling ekstrim dari *celebrity worship* yang dicirikan dengan identifikasi berlebihan terhadap idola, bersedia melakukan apa saja yang mampu menyenangkan selebriti hingga memunculkan ide fantasi delusi tentang idolanya (Maltby dkk., 2004).

Aktivitas para penggemar K-Pop di Indonesia terkait pemujaan selebriti dapat dilihat dari area virtual yang kerap digunakan dalam waktu 10 tahun terakhir, yaitu *Twitter*. Dilansir dari laporan resmi Kepala K-Pop Global dan Kemitraan Konten Korea *Twitter*, menyebutkan bahwasannya Indonesia merupakan negara dengan jumlah cuitan K-Pop terbanyak di dunia (Sahertian & Fikrie, 2021). Selain sebagai negara paling banyak mencuit terkait K-Pop, Indonesia juga menjadi negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak di dunia (CNN Indonesia, 2022).

Perilaku *celebrity worship* sebagian besar dilakukan oleh individu berjenis kelamin perempuan, seperti pada beberapa temuan penelitian (Mandas dkk., 2018; Zahra & Wulandari, 2021; Fauziah & Chusairi, 2022; Lestari dkk., 2021; Utami dkk., 2021). Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan apabila laki-laki juga melakukan perilaku sedemikian rupa, karena menurut McCutcheon (2002), probabilitas dalam melakukan *celebrity worship* antara perempuan dan laki-laki adalah sama. Hal ini diperkuat dengan fakta yang telah dilakukan oleh Badan Informasi dan Kebudayaan Korea di bawah pimpinan Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan pada tahun 2011 dalam upaya mengetahui seberapa banyak individu menyukai K-Pop ditinjau dari jenis kelamin, menjelaskan bahwa terdapat 12.085 partisipan non-Korea dari berbagai negara menyebutkan sebesar 90% merupakan penggemar perempuan dan 10% adalah penggemar laki-laki. Dikatakan juga bahwa jumlah penggemar laki-laki akan bertambah tiap tahunnya dan kemungkinan besar tidak akan berbeda secara signifikan.

Fenomena ini dapat menyebar dengan cepat di berbagai usia dari anak-anak hingga dewasa. Raviv dkk. (1996) menyebutkan bahwa intensitas pemujaan selebriti akan berkurang ketika individu memasuki rentang masa dewasa awal. Dewasa awal sendiri diartikan sebagai masa peralihan dari remaja ke dewasa yang terjadi pada usia 18 hingga 25 tahun. Arnett (2015) menjelaskan bahwa individu dewasa awal dicirikan sebagai individu yang mulai berfokus pada pribadinya. Apabila individu dewasa awal tetap melakukan *celebrity worship* secara intens akan menimbulkan perilaku *compulsive buying*. Penggemar dewasa awal yang seharusnya mulai fokus pada dirinya sendiri akan terdistraksi untuk memenuhi keinginan yang berulang-ulang sebagai bentuk pengurangan perasaan negatif dengan membeli *merchandise* yang seharusnya tidak dibutuhkan (Putri & Rositawati, 2020).

Penelitian Dewi & Indrawati (2019) menyebutkan bahwa individu usia dewasa awal menunjukkan persentase paling tinggi jika dibandingkan dengan usia lainnya yaitu sebesar 66%. Temuan ini diperkuat dengan penelitian Darifiyanti & Putra (2012) yang menemukan bahwa perilaku demam idola masih muncul pada usia dewasa awal dimana 165 dari 250 partisipan berada di level *intense-personal* dan *borderline-pathological* (Widjaja & Ali, 2015). Akan tetapi, temuan *intense-personal* dan *borderline-pathological* tidak terjadi pada populasi sampel dalam penelitian ini dikarenakan pengambilan populasi dan karakteristik yang berbeda.

Pemujaan selebriti yang berlebihan baik pada perempuan maupun laki-laki dewasa awal akan dapat menimbulkan gangguan berisiko seperti gangguan kepribadian antisosial (Maltby dkk., 2004). Erik Erikson (1968) menjelaskan bahwa pada dewasa

awal, individu memasuki tahap *intimacy vs isolation*. *Intimacy* dikonsepsikan sebagai peleburan diri dengan orang lain dengan membutuhkan ‘komitmen’ dalam menjalaninya. Apabila individu gagal mencapai tahapan ini, maka sebaliknya individu akan terisolasi (Santrock, 2011). Oleh sebab itu, laki-laki dewasa awal yang berada di tahap *isolation* akan memunculkan perilaku obsesi berlebihan yang berisiko dikenal sebagai istilah ‘sasaeng’. Sasaeng sendiri dicirikan sebagai individu yang sering melakukan aktivitas negatif, seperti menguntit, merusak kehidupan personal idola, membeli informasi terkait kendaraan hingga menculik sang idola.

Pemujaan selebriti dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel seperti harga diri, kesepian, religiusitas (Brooks, 2021), dan kontrol diri (Tangney dkk., 2004). Kontrol diri didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam mengendalikan atau merubah respon agar terhindar dari perilaku yang tidak diinginkan dan menahannya agar tidak berperilaku negatif (Tangney dkk., 2004). Kontrol diri memiliki beberapa dimensi, yaitu disiplin diri, tindakan non-impulsif, kebiasaan sehat, etika kerja dan reliabilitas diri.

Keterkaitan antara kontrol diri dan *celebrity worship* telah diteliti oleh beberapa peneliti dengan hasil yang bervariasi serta terdapat inkonsistensi pada kedua variabel tersebut. Pada penelitian (Fitriana, 2019; Utami dkk., 2021; Sabrina 2019), menyebutkan bahwa hubungan kontrol diri memiliki pengaruh negatif terhadap *celebrity worship*, yang dapat diartikan bahwa semakin rendah kontrol diri pada penggemar K-POP maka akan semakin tinggi perilaku *celebrity worship* yang dilakukan, begitu pula sebaliknya. Akan tetapi penemuan tersebut tidak sejalan dengan penemuan Ghaffara & Qodariah (2022), yang menunjukkan bahwa kontrol diri dan *celebrity worship* memiliki hubungan yang positif. Dalam penelitiannya, hal tersebut dipengaruhi oleh data demografis dimana partisipan yang memiliki teman banyak dengan karakteristik penggemar K-Pop akan tetap memiliki kontrol diri yang baik,

Selain kontrol diri, terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi *celebrity worship*, yaitu ideologi maskulinitas. Citra idola laki-laki K-Pop cenderung memunculkan citra *pan-East Asian soft masculinity*, dimana laki-laki digambarkan sebagai individu dengan perawakan maskulin dan feminin. Citra ini sangat populer di wilayah Asia Timur (e.g Korea Selatan, Jepang, China dan Taiwan) (Jung, 2009), akan tetapi, hal ini tidak berlaku di Indonesia. Di Indonesia sendiri menganut konsep maskulinitas tradisional dimana laki-laki harus menggambarkan sifat kelelakian, seperti kuat, tinggi, bertubuh bugar, dan tidak berperilaku seperti perempuan (Budiastuti & Wulan, 2014). Laki-laki penggemar *boy group* akan sering mengalami stigma maskulinitas karena menggemari idola dengan jenis kelamin yang sama. Tidak sedikit mereka mendapatkan komentar negatif yang berujung mendapatkan *bullying* dari lingkungan sekitar hingga melabeli mereka dengan julukan ‘banci’ (Putri & Savira, 2021)

Ideologi maskulinitas sendiri memiliki dimensi *avoidance of appearing feminine*, dimana dimensi ini menjelaskan bahwa laki-laki mengharuskan untuk menghindari hal-hal yang berkaitan dengan perempuan seperti mengidolakan *boy group* K-Pop. Hal ini dikarenakan pengidolaan pada *boy group* K-Pop hanya layak dilakukan oleh perempuan. Oleh sebab itu, laki-laki dengan ideologi maskulinitas yang tinggi akan cenderung

menghindari perilaku yang tidak semestinya yaitu menggemari idola *boy group* K-Pop dan memilih untuk menggemari pemain *speak bola* atau band metal.

Berdasarkan latar belakang, diketahui bahwa kontrol diri dan ideologi maskulinitas dapat mempengaruhi individu dalam melakukan pemujaan selebriti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara kontrol diri dan ideologi maskulinitas terhadap *celebrity worship* pada laki-laki dewasa awal penggemar *boy group* K-Pop. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pengetahuan untuk dijadikan psikoedukasi terkait dampak *celebrity worship* apabila dilakukan secara intens.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatori yang memiliki tujuan untuk menjelaskan informasi terkait hubungan dan pengaruh antar variabel melalui uji hipotesis. Teknik pengumpulan data menggunakan survei secara daring untuk mengukur seberapa jauh keyakinan atau sikap yang sesuai dengan individu, sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana partisipan diambil sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah laki-laki berusia 18-25 tahun yang merupakan penggemar *boy group* K-Pop. Pengambilan data dilakukan dengan memanfaatkan *platform* media sosial yang sering diakses oleh penggemar K-Pop yaitu *Twitter*, *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Line*, sehingga diperoleh total partisipan sebanyak 203 partisipan laki-laki dewasa awal penggear *boy group* K-Pop. Dalam pelaksanaannya, tautan disebarkan pada tanggal 29 – 30 Desember 2022 dan dilanjutkan pada tanggal 3 – 13 Januari 2022.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Celebrity Attitude Scale* (CAS) milik Maltby dkk. (2004) dengan total 22 aitem yang ditranslasi oleh Malahyati (2018). *Self Control Scale* milik Tangney (2004) dengan total 20 aitem yang ditranslasai oleh Mauliani (2019). Dan yang terakhir *Male Role Norm Inventory-Short Form* (MRNI-SF) milik Levant dkk. (2013) dengan total 21 aitem yang ditranslasi oleh Azmi (2019). Seluruh instrument menggunakan skala likert. Sebelum instrument diadministrasikan, peneliti melakukan uji validitas dengan bantuan tiga *professional judgement*. Selain itu, peneliti juga melakukan uji reliabilitas, diperoleh reliabilitas yang tinggi pada alat ukur CAS ($\alpha = 0,933$), SCS ($\alpha = 0,805$), dan MRNI-SF ($\alpha = 0,964$)

Untuk menguji hipotesis apakah terdapat pengaruh antara kontrol diri dan ideologi maskulinitas dengan *celebrity worship*, peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda. Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti melakukan serangkaian uji asumsi, yaitu uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, deteksi *outlier*, dan uji korelasi. Data yang didapat akan diolah dengan menggunakan bantuan *software SPSS (Statistical Package Service Solution)* Versi 25.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uji analisis deskriptif yang telah dilakukan, nilai rata-rata pada variabel kontrol diri adalah sebesar 62 (SD=8,05; Min=47; Max=94), pada variabel

ideologi maskulinitas didapatkan rata-rata sebesar 81,7 ($SD=27,7$; $Min=24$; $Max=143$), dan pada variabel *celebrity worship* rata-ratanya adalah 68 ($SD=17,0$; $Min=35$; $Max=110$). Dalam penelitian ini, peneliti mengkarakteristikan partisipan ke tiga tingkat berdasarkan penormaan data dengan pendekatan statistik hipotetik. Didapatkan hasil bahwa kontrol diri didominasi oleh partisipan dengan kontrol diri yang sedang sebanyak 161 (79,3%), diikuti dengan kontrol diri yang tinggi sebanyak 38 partisipan (18,7%) dan kontrol diri rendah sebanyak 4 (2%) partisipan. Selanjutnya, pada ideologi maskulinitas ditemukan paling banyak pada partisipan dengan karakteristik sedang sebanyak 87 (42,9%), diikuti ideologi maskulinitas rendah dengan partisipan sebanyak 63 (31%) dan ideologi maskulinitas tinggi sebanyak 53 (26,1%) partisipan. Dan yang terakhir, pada *celebrity worship* didominasi dengan tingkat pemujaan selebriti sedang sebanyak 114 (56,2%) partisipan, diikuti dengan *celebrity worship* tinggi sebanyak 69 (34%) partisipan, dan kategori rendah sebanyak 20 (9,8%).

Dalam pengujian hipotesis, peneliti melakukan uji asumsi yang dimana dalam penelitian ini telah lolos uji asumsi. Uji asumsi yang dilakukan yaitu uji normalitas residual, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji *distance* cook, dan deteksi outlier, dan uji korelasi. Berdasarkan hasil analisis uji regresi linear berganda dengan bantuan SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1 ANOVA^a Hasil Uji Regresi Berganda

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	19022,386	2	9511,193	48,269	0,000 ^b
Residual	390409,121	200	197,046		
Total	58431,507	202			

a. Variabel Dependen : *Celebrity Worship*

b. Variabel Independen : Kontrol diri dan ideologi maskulinitas

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Berganda

	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	142,108	9,497		14,964	0,000
Kontrol Diri	-0,730	0,129	-0,346	-5,647	0,000
Ideologi Maskulinitas	-0,354	0,38	-0,577	-9,417	0,000

Tabel 3 Model Summary Uji Regresi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
1	0,571 ^a	0,326	0,319	14,03729

Hasil regresi linear berganda diperoleh sebesar ($F(2,200) = 48,269$; $p < 0,000$), dengan nilai R^2 sebesar 0,326 atau 32,6%. Hal ini diartikan bahwa *celebrity worship* dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 32,6%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian. Kemudian, prediksi *celebrity worship* pada partisipan akan berkurang sebanyak 0,730 setiap terjadi peningkatan kontrol diri dan berkurang sebanyak 0,354 setiap terjadi peningkatan ideologi maskulinitas. Nilai p yang didapat bisa digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini nilai p yang diperoleh sebesar $< 0,000$ yang mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kontrol diri dan ideologi maskulinitas terhadap *celebrity worship*.

Peneliti membuat persamaan garis regresi linear yang berguna untuk menggambarkan seberapa besar predictor kontrol diri dan ideologi maskulinitas dapat memprediksi tingkat pemujaan selebriti pada partisipan, sehingga didapatkan:

$$Y' = 140,226 + (-0,730)X_1 + (-0,354)X_2$$

Nilai koefisien pada kontrol diri dan *celebrity worship* sebesar -0,730 dengan nilai $p < 0,000$ dan nilai koefisien pada ideologi maskulinitas dengan *celebrity worship* sebesar -0,354 dengan nilai $p < 0,000$. Hubungan antar variabel yang ditunjukkan adalah negatif, sehingga dapat diartikan semakin tinggi variabel independent pada partisipan maka akan rendah tingkat *celebrity worship* yang dilakukan, begitu juga sebaliknya.

Secara garis besar, pengaruh antara kontrol diri dan *celebrity worship* dalam penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu. Seperti pada penelitian Sabrina (2019) dan Utami dkk. (2021) yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh antara kontrol diri dan *celebrity worship* dengan tingkat kontribusi kontrol diri sebesar 8,8% dan 4,2%. Adanya pengaruh negatif antar kedua variabel ini menjadi bukti bahwa teori *the absorption-addiction* milik McCutcheon (2002) terbukti pada individu dengan kontrol diri yang rendah karena mereka dengan *celebrity worship* tinggi akan melakukan penyerapan psikologis terhadap idola untuk memenuhi defisit dalam dirinya. Selanjutnya, individu yang terobsesi dengan idola akan meningkatkan *threshold* untuk memuaskan kebutuhan sehingga memunculkan perilaku adiksi (Utami dkk., 2021).

Dinamika penggemar dengan kontrol diri rendah dapat dikarakteristikan sebagai individu yang mudah terdistraksi ketika melakukan suatu pekerjaan. Mereka juga akan mudah terpancing dalam berperilaku impulsif serta agresif ketika terjadi sebuah konflik antara idola satu dengan yang lainnya. Oleh karenanya, penggemar yang memiliki kontrol diri rendah cenderung memilih sesuatu yang digemarinya (menggemari idola) serta mengesampingkan prioritas yang seharusnya diutamakan (i.e tugas-tugas perkembangan) (Utami dkk., 2021).

Selanjutnya, terkait pengaruh antara ideologi maskulinitas dengan *celebrity worship* menggambarkan bahwa individu dengan ideologi maskulinitas tinggi akan

cenderung menghindari *celebrity worship*. Hal ini dapat dipengaruhi oleh dimensi yang ada dalam ideologi maskulinitas, yaitu *avoidance of appearing feminine* (Levant dkk., 2013). Dimensi ini menyebutkan bahwa laki-laki harus menghindari hal-hal apa saja yang berkaitan dengan perempuan, salah satunya menggemari idola K-Pop laki-laki. Anggapan seperti ini tidak perlu mendapatkan perhatian dari masyarakat sekitar, karena pada dasarnya di Indonesia sendiri menganut tradisi maskulinitas tradisional.

Maskulinitas di Indonesia cenderung dipengaruhi oleh faktor budaya seperti pola asuh, kodrat agama, turunan ritual adat istiadat, dan filosofi hidup (Demartoto, 2010). Maskulinitas tradisional dikarakteristikan sebagai konstruk kelelakian pada laki-laki dengan menggambarkan bahwa perwujudan laki-laki memang seharusnya memiliki sifat maskulin. Laki-laki maskulin digambarkan sebagai perawakan yang tinggi, kekar, memiliki jiwa pemimpin, menghindari hal-hal berkaitan perempuan, dapat diandalkan dan lain sebagainya. Sehingga laki-laki yang menggemari *boy group* K-Pop akan cenderung mengalami stigma maskulinitas dan menghadapi berbagai komentar hingga *bullying*.

Penelitian ini memiliki keunikan dari penelitian-penelitian terdahulu karena menemukan temuan bahwa kontrol diri dan ideologi maskulinitas berpengaruh secara bersama-sama (simultan) dengan *celebrity worship*, mengingat beberapa penelitian terdahulu hanya meneliti kontrol diri dengan *celebrity worship* dan gambaran maskulinitas pada penggemar K-Pop. Penelitian ini kemungkinan hanya dapat digeneralisasikan pada populasi satu sampel yang homogen saja yaitu laki-laki dewasa awal penggemar *boy group* K-Pop.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri dan ideologi maskulinitas memiliki pengaruh secara bersama (simultan) terhadap *celebrity worship* sebesar 32,68% dengan arah hubungan yang negatif dan signifikan. Dengan demikian, semakin rendah kontrol diri dan ideologi maskulinitas pada individu, maka diikuti dengan tingkat pemujaan selebriti yang tinggi, begitu pula sebaliknya.

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti topik serupa dapat menyempurnakan keterbatasan penelitian dengan menambahkan aspek demografis yang lengkap dengan tujuan memungkinkan memberikan hasil penelitian yang lebih lengkap. Kemudian untuk para penggemar K-Pop diharapkan dapat mengontrol diri dan mengurangi intensivitas dalam melakukan *celebrity worship* dengan tujuan upaya preventif untuk mengurangi perilaku berisiko yang negatif. Kemudian, untuk Psikolog dapat membuat rancangan intervensi untuk individu dengan *celebrity worship* pada level ekstrim dan dapat memberikan psikoedukasi ke masyarakat mengenai *celebrity worship* dan dampaknya terhadap kesehatan mental.

BIBLIOGRAFI

- Azmi, B. (2019). Hubungan Antara Ideologi Maskulin dengan Intensi Pencarian Pertolongan Psikologis Mahasiswa Laki-Laki. *Universitas Gadjah Mada*.
- Brooks, S. K. (2021). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*, 40(2), 864–886.
- CNN Indonesia. (2022, Januari 26). *Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter*. Diambil kembali dari CNNIndonesia: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter>
- Demartoto, A. (2010). Konsep Maskulinitas dari Jaman ke Jaman dan Citranya dalam Media. *Jurnal Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNS Surakarta*, 1-11.
- Fauziah, D. N., & Chusairi, A. (2022). Hubungan antara Celebrity Worship dan Kesejahteraan Psikologis Remaja Penggemar K-Pop. *BRPK Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, 1(2), 398-400.
- Fitriana, M. (2019). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Pemujaan Terhadap Idola Pada Remaja Penggemar K-Pop*. 7(3), 450–456.
- Ghaffara, A., & Qodariah, S. (2022). Hubungan Self-control dengan Celebrity Worship pada Mahasiswa Penggemar Stray Kids di Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(1), 439-445.
- Jung, S. (2009). The Shared Imagination of Bishonen, Pan-East Soft Masculinity. *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pasific*, 20.
- Lestari, I., Zaharuddin, & Afifah, S. (2021). Celebrity Worship pada Dewasa Awal Penggemar K-Pop di Palembang. *Indonesian Journal of Behavioral Studies*, 1(1).
- Levant, R. F., Hall, R. J., & Rankin, T. J. (2013). Male role norms inventory-short form (mrni-sf): Development, confirmatory factor analytic investigation of structure, and measurement invariance across gender. *Journal of Counseling Psychology*, 60(2), 228–238.
- Malahayati, S. (2018). Hubungan Antara Kesepian dan Celebrity Worship pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal. *Universitas Airlangga*.
- 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. Dalam *British Journal of Psychology* (Vol. 95, Nomor 4, hlm. 411–428). <https://doi.org/10.1348/0007126042369794>
- Mandas, A. L., Suroso, & S, S. W. (2018). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Pecinta Korea Di Manado Ditinjau Dari Jenis Kelamin. *Psukovidya*, 22(2), 164–189.
- Mauliana, I. W. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri dan Komunikasi Interpersonal dengan Kecenderungan Kecanduan Internet pada Mahasiswa. *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., Houran, J., & Maltby, J. (2003). A cognitive profile of individuals who tend to worship celebrities. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 137(4), 309–322.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and Measurement of Celebrity Worship. *Conceptualization and measurement of celebrity worship*, 93, 67-87.

- Necula, A. E. (2016). The Hallyu Influence. K-POP on Foreign Lands. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)*, 295-301.
- Putri, D. E., & Rositawati, S. (2020). Pengaruh Celebrity Worship terhadap Perilaku Compulsive Buying pada Dewasa Awal Anggota Komunitas Baia Bandung. *Prosiding Psikologi*, 1-6.
- Putri S. C. M, & Savira S. I. (2021). Gambaran Citra Diri Fanboy KPOP (Sebuah Studi Kasus pada Penggemar Laki-laki Musik Korea dalam Komunitas Fandom). *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(6), 1–13.
- Sabrina, B. N. (2019). Hubungan Kontrol Diri dengan Celebrity Worship pada Remaja Penggemar K-Pop. *Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Santrock, J. W. (2011). *Life-Span Development (Perkembangan Masa Hidup)*. Jakarta: Erlangga.
- Sahertian, F., & Fikrie, M. (2021, Juli 31). *Daftar Negara Paling Banyak Tweet K-Pop di Twitter, Indonesia Urutan Berapa?* Diambil kembali dari KumparanTech: <https://kumparan.com/kumparantech/daftar-negara-paling-banyak-tweet-k-pop-di-twitter-indonesia-urutan-berapa-1wEbic3V3cN/full>
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. Dalam *Journal of Personality* (Vol. 72, Nomor 2). Blackwell Publishing.
- Utami, F. R., Sitasari, N. W., & Rozali, Y. A. (2021). HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN CELEBRITY WORSHIP PADA ARMY BTS DEWASA AWAL. In *Psychomunity Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul*, 1(1), 43–53.
- Zahra, N. N., & Wulandari, P. Y. (2021). Pengaruh Harga Diri dan Kesejahteraan Psikologis terhadap Celebrity Worship pada Dewasa Awal Penggemar K-pop. *BRPKM Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, 1(1), 1115-1125.
- Widjaja, A. K., & Ali, M. M. (2015). Gambaran Celebrity Worship Pada Dewasa Awal Di Jakarta. *Humaniora*, 21-28.

First publication right:

Jurnal Syntax Fusion: Jurnal Nasional Indonesia

This article is licensed under:

