

Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap *Subjective Well Being* pada Penggemar NCT di Bandung

Nadiyah Nur Jannati, Siti Qodariah

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

nadiyahjannati49@gmail.com

Abstract—As Neo Culture Technology (NCT) fans in Bandung found the phenomenon of early adult fans, who have more time-consuming behavior for their idols, leading to celebrity worship. However, some fans feel happiness and satisfaction more often after getting to know NCT. Evaluation of happiness and life satisfaction known as subjective well-being (SWB). This research aims to determine the effect of celebrity worship on SWB among NCT fans in Bandung. Celebrity worship is measured by celebrity attitude scale (CAS). SWB is measured by Satisfaction With Life Scale (SWLS) and Scale Positive and Negative Experience (SPANE). The results showed there was a negative effect on each stage of celebrity worship on SWB. SWB results based on data, entertainment social (M= 27.25, SD= 11.82), intense personal (M= 24.23, SD= 11.13), and borderline pathological (M= 21.05, SD= 11.48). Thus, the higher the stage of celebrity worship, the SWB will decrease. The effective contribution of celebrity worship on SWB among NCT fans in Bandung, had the lowest impact 5.5%, and the highest impact 15.6%. That means that celebrity worship on SWB among NCT fans in Bandung.

Keywords—*Celebrity worship, Subjective well-being, NCT fans.*

Abstrak—Pada penggemar Neo Culture Technology (NCT) di Bandung ditemukan fenomena penggemar usia dewasa awal yang memiliki perilaku lebih banyak menghabiskan waktu untuk idola mereka, sehingga mengarah kepada perilaku celebrity worship, akan tetapi terdapat penggemar yang lebih sering merasakan kebahagiaan dan kepuasan hidup setelah mengenal NCT. Evaluasi kebahagiaan dan kepuasan hidup yang diperoleh individu dalam hidupnya, erat kaitannya dengan subjective well being (SWB). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh celebrity worship terhadap SWB pada penggemar NCT di Bandung. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur celebrity worship adalah Celebrity Attitude Scale (CAS). SWB diukur menggunakan Satisfaction With Life Scale (SWLS) dan Scale Positive and Negative Experience (SPANE). Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh negatif pada setiap tahapan perilaku celebrity worship dengan SWB. Hasil SWB pada tahap entertainment social (M= 27.25, SD= 11.82), tahap intense personal (M= 24.23, SD= 11.13), dan tahap borderline pathological (M= 21.05, SD= 11.48). Sehingga, semakin tinggi tahapan perilaku celebrity worship penggemar maka SWB akan menurun. Sumbangan efektif dari pengaruh perilaku celebrity worship terhadap SWB pada penggemar NCT di Bandung, memiliki sumbangan pengaruh terendah sebesar 5.5% dan sumbangan tertinggi sebesar 15.6%. Artinya terdapat pengaruh

yang dihasilkan dari perilaku celebrity worship terhadap SWB pada penggemar NCT di Bandung.

Kata Kunci—*Celebrity Worship, Subjective Well Being, Penggemar NCT.*

I. PENDAHULUAN

Kebahagiaan adalah hal yang diinginkan oleh setiap individu dalam hidupnya. Kebahagiaan seseorang dapat diperoleh dari kesehatan, pekerjaan yang bagus, pernikahan, optimis ketika menghadapi suatu hal, terbebas dari kecemasan dan sebagian lainnya, tergantung perspektif subjektif dari individu. Menurut Diener (2009) kebahagiaan identik dengan *subjective well being* (SWB) dimana kebahagiaan merupakan motivasi manusia untuk bertindak.

SWB berfokus kepada pengalaman hidup individu yang positif, yang melibatkan penilaian kognitif dan afektif (Diener, 2009). Penilaian kognitif berupa penilaian kepuasan hidup individu secara global dan penilaian afektif melibatkan emosi positif dan negatif yang dirasakan. Ketika individu lebih banyak mengalami kepuasan dalam hidup, merasakan lebih banyak emosi positif dibandingkan emosi negatif, maka dapat dikatakan bahwa orang tersebut memiliki SWB yang tinggi.

Pada dasarnya setiap individu bisa menilai sendiri sesuatu yang bisa menjadi kebahagiaan dan kepuasan hidupnya. Setiap individu, termasuk penggemar akan melakukan banyak cara untuk memperoleh kepuasan dan kebahagiaan dalam hidupnya. Penggemar mempunyai banyak aktivitas – aktivitas yang dapat menimbulkan kebahagiaan dan kepuasan ketika mereka melakukan aktivitas tersebut. Menurut Fajarna (2019) ketika idola melakukan *live* atau *upload* konten mengenai aktivitas mereka, penggemar akan merasa bahagia melihat tingkah laku dan humor – humor yang dibawa oleh idola mereka. Selain itu, ketika idola mereka memenangkan sebuah penghargaan, penggemar juga akan merasa puas dan bahagia karena hasil kerja keras idola mereka terbayarkan dan usaha mereka dengan melakukan *voting* untuk idola mereka tidak sia – sia. Melalui karya yang dibuat oleh idola untuk para penggemar terdapat pesan – pesan positif yang disampaikan, sehingga ketika pendengar mendengar lagu tersebut mereka akan lebih termotivasi untuk hidup. Hal ini dibuktikan dengan banyak penggemar Kpop yang mengaku bahwa lagu yang idola mereka bawaikan dapat

menyelamatkan mereka dari depresi (Fajarna, 2019).

Bukti lain yang diperoleh melalui hasil data pra survey yang dilakukan oleh peneliti kepada dua puluh lima orang penggemar *Neo Culture Technology* (NCT) di Bandung menunjukkan bahwa, semenjak menyukai NCT sebanyak 36% penggemar merasa bahagia karena lebih mempunyai tujuan hidup, mengalami peningkatan prestasi karena mendapatkan motivasi dari karya yang dihasilkan oleh NCT dan memiliki banyak teman baru yang dikenal melalui komunitas penggemar NCT di Bandung. Sebanyak 64% berpendapat bahwa tingkat *stress* dalam menghadapi kehidupan mereka menurun setelah mengenal NCT. Menurut Diener (2009) beberapa hal yang dapat menyebabkan SWB seseorang tinggi diantaranya, lebih sering merasakan emosi positif dibandingkan emosi negatif, memiliki kemampuan untuk berinteraksi dengan lingkungan sosial dan adanya tujuan hidup.

Hal ini didukung dari penelitian Dewi & Indrawati (2019) pada penggemar Kpop usia dewasa awal di Bali menunjukkan bahwa motivasi yang didapat penggemar dari idolanya dapat membuat penggemar mencapai tujuan hidupnya. Aktivitas penggemar seperti melihat dan mendengarkan karya dari idolanya dapat menghilangkan *stress* yang dialami penggemar. Selain itu, walaupun penggemar sering melakukan aktivitas penggemar hingga mengarah pada *celebrity worship*, penggemar tetap bertanggung jawab atas hidupnya.

Berbeda dengan fenomena yang ditemukan pada penggemar NCT di Bandung, penelitian yang dilakukan oleh Aruguete et al. (2014) pada penggemar berstatus mahasiswa pada empat universitas di Amerika menunjukkan bahwa penggemar mengalami ketidakpuasan terhadap bentuk tubuhnya karena ingin terlihat sama dengan tubuh idolanya. Penggemar akan mengalami kecemasan jika terlihat gemuk dan akan melakukan diet yang berlebihan. Ketidakpuasan akan dirinya dan kecemasan yang terus – menerus dirasakan oleh penggemar dapat menghasilkan ketidaksejahteraan dalam hidup.

Penelitian Aini et al. (2019) pada penggemar EXO L di Bandung usia dewasa awal menjelaskan bahwa seluruh penggemar pada setiap tahapan *celebrity worship* memiliki kesejahteraan hidup yang rendah. Hal ini disebabkan karena penggemar masih bergantung dengan orang lain, sulit membangun interaksi dengan lingkungan dan tidak bersyukur atas hidupnya.

Penelitian Aruguete et al. (2019) menjelaskan bahwa perilaku *celebrity worship* pada penggemar dapat menyebabkan ketidaksejahteraan pada hidup. Hal ini disebabkan karena penggemar kurang bertanggung jawab dan bersyukur atas hidup mereka sehingga rencana masa depan atau tujuan hidup tidak tercapai. Ini terjadi karena penggemar menjadikan idola sebagai model perbandingan terhadap pencapaian mereka.

Penelitian Prihatiningrum (2018) pada penggemar Kpop di Indonesia menunjukkan adanya hubungan negatif antara *celebrity worship* dengan SWB. Pada penggemar yang memiliki SWB yang tinggi akan menunjukkan emosi

positif dan dapat mempunyai relasi sosial yang baik dengan orang lain, sementara penggemar yang memiliki SWB rendah cenderung mudah cemas dan sulit untuk membangun relasi sosial dengan lingkungan disekitarnya.

Fenomena yang terjadi saat ini banyak remaja dan dewasa awal yang tertarik untuk mengetahui *boyband* NCT. Penggemar menyukai NCT karena NCT memiliki konsep yang berbeda dengan *boyband* Kpop lainnya. Member NCT tidak terbatas dan didalamnya terdapat sub unit yang dibentuk berbasis negara atau sub unit dapat dibentuk berdasarkan konsep lagu yang akan ditampilkan pada penggemar. Selain itu, setiap grup di dalam NCT mempunyai konsep *music video* berupa potongan cerita. Ketika keseluruhan potongan cerita di dalam *music video* antar grup dijadikan satu maka akan menghasilkan alur cerita yang utuh, sehingga hal ini yang membuat penggemar selalu penasaran dan selalu menonton *music video* untuk menemukan potongan cerita yang dapat disatukan dengan *music video* sub unit lainnya. Hal ini dapat dilihat dari salah satu *views music video* ‘*make a wish*’ pada akun *youtube* NCT, bahwasannya Indonesia menduduki peringkat pertama penyumbang *views* terbanyak, yaitu 42.6 juta *views* (Rie, 2020).

Penggemar NCT juga melakukan aktivitas yang dilakukan penggemar pada umumnya, seperti melakukan *streaming* dan *vote* secara terus – menerus ketika idolanya *comeback*. Dilansir dari Rie (2020) dari seluruh kota di dunia, penggemar NCT Bandung berada di posisi nomor lima sebagai penyumbang *views* terbanyak dari *music video* terbaru NCT ‘*make a wish*’ sebanyak 2.39 juta *views*. Salah satu penggemar NCT melalui akun *twitter* “@aprlzk” (<https://twitter.com/aprlzk/status/1331857801954562048>) rela mengesampingkan pekerjaannya demi memberikan *voting* dan melihat *music video* NCT yang baru saja dirilis. Penggemar NCT juga dikenal sebagai penggemar yang sering membuat fantasi romantisme terhadap idolanya, hal ini dibuktikan dengan adanya *fanbase* *nctzen* pada aplikasi *twitter* dan banyaknya cerita *wattpad* yang menggunakan *face claim* member NCT dengan *genre* dewasa.

Dilansir dari Arjuna (2020) penggemar NCT pernah bertengkar dengan penggemar Jason William salah satu artis *Tiktok* hanya karena mereka tidak setuju Jason memanggil penggemarnya dengan sebutan “bubu”, dikarenakan panggilan tersebut sama dengan julukan salah satu idol mereka, Taeyong. Pertengkaran antara penggemar NCT dan penggemar Jason hingga mengakibatkan Jason William meminta maaf kepada penggemar NCT dan penggemarnya, dan memilih untuk menutup akun *tiktok*nya. Pertengkaran penggemar NCT tidak hanya terjadi antar fandom tetapi juga antar fandom sub unit yang berada di dalam NCT.

Perilaku yang dilakukan oleh penggemar diatas menunjukkan adanya obsesi kepada idolanya. Maltby et al. (2001) menggunakan obsesi terhadap idola dengan istilah *celebrity worship*. Menurut Mandas et al. (2019) *celebrity worship* merupakan merupakan bentuk rasa kagum dan

hormat kepada idola dengan intensitas yang tidak biasa sehingga dapat menimbulkan kecanduan bagi para penggemar.

Di Indonesia penelitian mengenai pengaruh *celebrity worship* terhadap SWB masih sangat terbatas. Penelitian yang sudah ada lebih banyak membahas mengenai hubungan antara kedua variabel tersebut. Berdasarkan penelitian Prihatiningrum (2018) mengenai *celebrity worship* dan SWB di kalangan Kpop, belum membahas faktor dan aspek apa saja yang dapat memengaruhi kedua variabel secara detail. Sehingga, masih perlu diteliti lebih lanjut mengenai pengaruh perilaku *celebrity worship* terhadap SWB pada penggemar. Peneliti menjadikan penggemar NCT di Bandung sebagai subjek penelitian, karena penggemar NCT di Bandung berdasarkan fenomena yang didapatkan memiliki komunitas penggemar yang aktif dalam melakukan aktivitas penggemar, akan tetapi anggota didalam komunitas mempunyai relasi yang cukup kuat dan tidak hanya sebatas bertukar informasi mengenai NCT saja. Hal ini berbeda dengan penelitian dari Maltby et al. (2003) yang menjelaskan bahwa, obsesi penggemar terhadap idola terjadi sebagai kompensasi terhadap ketidakmampuan membangun hubungan sosial. Selain itu anggotanya rata – rata telah memasuki usia dewasa awal. Menurut Maltby et al. (2003) perilaku *celebrity worship* lebih banyak dilakukan oleh penggemar remaja dan akan menurun pada saat penggemar memasuki usia dewasa awal.

Melalui uraian diatas maka terdapat kesenjangan antara fenomena yang diperoleh dengan penelitian sebelumnya, sehingga rumusan masalah pada penelitian ini “Seberapa besar pengaruh *celebrity worship* terhadap SWB pada penggemar NCT di Bandung?”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Memperoleh gambaran spesifik mengenai tahapan *celebrity worship* yang dimiliki penggemar NCT di Bandung.
2. Memperoleh gambaran spesifik mengenai SWB pada penggemar NCT di Bandung.
3. Memperoleh data empirik mengenai seberapa besar pengaruh perilaku *celebrity worship* terhadap SWB pada penggemar NCT di Bandung.

II. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausalitas. Data yang akan disajikan berupa angka – angka yang dianalisis melalui analisis statistika.

Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini merupakan *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang disusun oleh (Maltby et al., 2006) dan telah diadaptasi dan diteliti oleh Elvina (2019). Reliabilitas CAS pada tahap *entertainment social* ($\alpha = .77$), untuk tahap *intense personal* ($\alpha = .80$), dan reliabilitas tahap *borderline pathological* ($\alpha = .70$). Hasil uji validitas terhadap alat ukur ini menggunakan analisis rasional yang dilakukan oleh bersama dengan ahli. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur aspek kognitif atau kepuasan hidup dalam penelitian ini menggunakan alat ukur *Satisfaction with Life*

Scale (SWLS) dari (Diener et al., 1985) yang telah diadaptasi dan diteliti oleh Novanto dan Winata (2019). Reliabilitas dari alat ukur ini ($\alpha = .702$) dan semua item dinyatakan valid. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur aspek afektif adalah *Scale Positive and Negative Experience* (SPANE) dari (Diener et al., 2010) yang telah diadaptasi dan diteliti oleh Orina (2015). Alat ukur SPANE setelah diadaptasi mempunyai reliabilitas ($\alpha = .866$) untuk aspek emosi positif dan ($\alpha = .827$) untuk aspek emosi negatif, dan semua item valid karena tidak ada item yang gugur.

Populasi dan sampelnya adalah penggemar NCT di Bandung yang telah memasuki usia dewasa awal 18 – 30 tahun dan tergabung dalam komunitas Nctzen Bandung. Teknik sampling yang digunakan *accidental sampling*. Perolehan data menggunakan kuisioner *online*. Data diolah menggunakan bantuan aplikasi SPSS 23.0. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Hasil penelitian mengenai pengaruh *celebrity worship* terhadap SWB pada penggemar NCT di Bandung dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1
Karakteristik Sampel

Karakteristik	n	%
Jenis Kelamin		
Laki – laki	7	4.5
Perempuan	148	95.5
Usia		
18 – 21 tahun	103	66.5
22 – 26 tahun	49	31.6
27 – 30 tahun	3	1.9
Kegiatan Saat Ini		
Belum bekerja	118	76.1
Bekerja	37	23.9
Kemampuan Membangun Interaksi		
Sulit untuk akrab dengan orang lain	63	41.9
Mudah untuk akrab dengan orang lain	90	58.1
Kehidupan Sosial		
Tidak mengikuti organisasi	68	43.9
Mengikuti organisasi	87	56.1
Tempat Tinggal		
Dengan orang tua	127	81.9
Kosan	14	9.0
Rumah sendiri	5	3.3
Dengan nenek/kakek	3	1.9
Dengan saudara	6	3.9

Catatan: n = 155 untuk setiap kategori karakteristik sampel.

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 95.5% sampel pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan. Jika melihat dari usia, sebanyak 66.5% penggemar memiliki rentang usia 18 – 21 tahun. Sebanyak 76.1% penggemar belum bekerja. Rata – rata kemampuan membangun interaksi, sebanyak 58.1% penggemar lebih mudah akrab dengan orang lain. Gambaran data pada kehidupan sosial penggemar, sebanyak 56.1% sering mengikuti organisasi. Untuk persebaran tempat tinggal, sebanyak 81.9% penggemar lebih banyak yang masih tinggal dengan orang tua.

Tabel 2
Uji Regresi Sederhana Tahapan Celebrity Worship dengan SWB

Tahapan	r	R ²	Unstandardized	SD	Standardized	sig.
Constant			53.032	18.383		
Entertainment social	.190	.083	-.426	-.301	-.289	.171
Constant			54.570	12.177		
Intense personal	.235	.055	-.361	.144	-.235	.014
Constant			117.968	50.447		
Borderline pathological	.395	.156	-.929	.483	-.395	.069

*Signifikan pada $p > .05$

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahap *entertainment social* ($sig = .171$; $p > .05$) memberikan kontribusi signifikan pada SWB. Pada tahap *intense personal* ($sig = .014$; $p > .05$) tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap SWB. Pada tahap *borderline pathological* ($sig = .0691$; $p > .05$) juga memberikan kontribusi signifikan terhadap SWB. Nilai koefisien determinasi (R^2) pada tahap *entertainment social* sebesar .083, *intense personal* sebesar .055, dan *borderline pathological* sebesar .156. Artinya perilaku *celebrity worship* memiliki pengaruh paling besar hanya 15.6% saja terhadap SWB. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang menyebabkan rendahnya SWB seseorang tidak hanya karena tingginya tahapan *celebrity worship* seseorang. Akan tetapi, banyak faktor lain yang berpengaruh dalam menentukan tinggi rendahnya SWB seseorang seperti adaptasi dan daya coping individu, pendapatan, dan sebagian lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Melalui data yang ada, seluruh nilai regresi dari setiap tahapan variabel *celebrity worship* bernilai negatif. Nilai regresi pengaruh tahap *entertainment social* terhadap SWB ($\beta = -.426$). Nilai regresi tahap *intense personal* terhadap SWB ($\beta = -.361$). Dan nilai regresi tahap *borderline pathological* ($\beta = -.929$). Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tahapan kategori *celebrity worship* penggemar, maka SWB pada penggemar akan mengalami penurunan. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah tahapan kategori *celebrity worship* penggemar, maka semakin tinggi SWB penggemar.

Menurut Maltby et al. (2003) semakin tinggi tahapan *celebrity worship* yang dilakukan oleh penggemar maka dapat menghasilkan kecemasan hingga gejala psikotisme. Penggemar juga akan merasakan ketidakpuasan pada dirinya karena terlalu berfokus dengan idolanya, sehingga mereka akan berusaha untuk meniru idolanya (Aruguete et al., 2014).

Kepuasan hidup dan aspek afektif berupa emosi positif dan negatif yang dirasakan manusia dalam hidup, merupakan aspek yang harus ada dalam mengukur SWB seseorang (Diener, 2009). Semakin seseorang puas akan hidupnya dan lebih sering merasakan emosi positif dan terhindar dari kecemasan maka SWB akan tinggi (Diener, 2009). Sehingga, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Prihatiningrum (2018) yang menjelaskan bahwa ada keterkaitan negatif antara perilaku *celebrity worship* dengan SWB.

Tabel 3

Gambaran SWB Pada Tahapan Celebrity Worship

Kategori	Mean (SD)	SWB				N
		Rendah		Tinggi		
		n	%	n	%	
Entertainment social	27.25 (11.82)	8	5.2	16	10.3	24
Intense personal	24.23 (11.13)	39	25.2	70	45.1	109
Borderline pathological	21.05 (11.48)	14	9	8	5.2	22
Total	24.25 (11.34)	61	39.4	94	60.6	155

Berdasarkan data pada tabel diatas pada tahapan *entertainment social* ($M = 27.25$, $SD = 11.82$) memiliki SWB paling tinggi dibandingkan dengan tahap *intense personal* ($M = 24.23$, $SD = 11.13$) dan tahap *borderline pathological* ($M = 21.05$, $SD = 11.48$), sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi tahapan perilaku *celebrity worship* penggemar, maka SWB akan semakin rendah.

Tabel 4

Gambaran SWB Berdasarkan Karakteristik Sampel

Karakteristik Sampel	M (SD)	n
Jenis Kelamin		
Laki – laki	23.39 (10.80)	7
Perempuan	42.43 (6.29)	148
Usia		
18 – 21 tahun	22.7 (11.32)	103
22 – 26 tahun	29.92 (10.77)	49
27 – 30 tahun	33 (13.11)	3
Kegiatan Saat Ini		
Belum bekerja	23.21 (11.31)	118
Bekerja	27.54 (10.93)	37
Kemampuan Membangun Interaksi		
Sulit untuk akrab dengan orang lain	22.92 (11.20)	65
Mudah untuk akrab dengan orang lain	25.20 (11.40)	90
Kehidupan Sosial		
Tidak mengikuti organisasi	24 (11.58)	68
Mengikuti organisasi	24.44 (11.20)	87
Tempat Tinggal		
Dengan orang tua	24.27 (10.80)	127
Kosan	23.29 (12.68)	14
Rumah sendiri	40 (7.1)	5
Dengan nenek/kakek	13.67 (11.50)	3
Dengan saudara	18.17 (12.04)	6

Catatan. n = 155 per karakteristik sampel

Melalui data pada tabel diatas dapat dilihat bahwa laki – laki ($M = 23.39$) memiliki SWB yang lebih rendah daripada perempuan. Namun, hal ini tidak signifikan karena secara keseluruhan jumlah perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki – laki. Pada usia 18 – 21 tahun ($M = 22.7$) memiliki SWB lebih rendah dibandingkan dengan rentang usia lainnya. SWB penggemar yang sudah bekerja ($M = 27.54$) lebih tinggi dibandingkan yang belum bekerja. Penggemar yang sulit untuk akrab dengan orang lain ($M = 23.21$) memiliki SWB yang lebih rendah dibandingkan penggemar yang mudah akrab dengan orang lain ($M = 25.20$). Penggemar yang mengikuti organisasi ($M = 24.44$) memiliki SWB yang lebih tinggi dibandingkan dengan penggemar yang tidak mengikuti organisasi ($M = 24$). Berdasarkan tempat tinggal, penggemar yang tinggal atau telah memiliki rumah sendiri ($M = 40$) dan tinggal dengan orang tua ($M = 24.27$) lebih memiliki SWB tinggi dibandingkan lainnya.

SWB pada penggemar usia 18 – 21 tahun lebih rendah dibandingkan usia lainnya, karena masih banyaknya penggemar dewasa awal yang memiliki perilaku *celebrity worship*. Hal ini disebabkan karena sudah lamanya penggemar menyukai idolanya sehingga penggemar akan sulit untuk berhenti menyukai idolanya walaupun sudah memasuki usia dewasa awal (Dewi & Indrawati, 2019). Selain itu, sebanyak 76.1% penggemar NCT di Bandung belum bekerja, sehingga masih banyak penggemar yang masih tinggal dengan orang tua untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut Hurlock (1999) tercapainya tugas perkembangan individu pada masa dewasa awal ditandai dengan mempunyai individu bertanggung jawab atas kehidupannya sendiri dan mampu melaksanakan peran dalam kehidupan sosial, salah satunya dengan bekerja. Sehingga ketika individu belum mampu menjalankan peran ini maka individu akan terus melarikan diri pada perilaku *celebrity worship* sebagai upaya dari ketidakmampuannya. Hal ini dibuktikan melalui data yang diperoleh bahwa penggemar yang belum memiliki SWB yang lebih rendah dibandingkan penggemar yang sudah bekerja.

Celebrity worship memiliki tiga tahapan, yaitu *entertainment social*, *intense personal*, dan *borderline pathological*. Pada tahap *entertainment social*, Maltby et al. (2003) menjelaskan bahwa perilaku penggemar hanya sebatas keingintahuan akan idola yang disukainya, mencintai musik dan karya – karya yang diciptakan idolanya, dan mulai mencari teman dan membangun relasi sosial sesama penggemar untuk bertukar informasi terkait idolanya. Ketika penggemar dapat membangun hubungan sosial yang baik, maka akan semakin terhindar dari perilaku yang mengarah pada *celebrity worship* (Maltby et al., 2003). Penggemar yang berada pada tahap ini akan merasakan dampak positif. Menurut Laffan (2020) beberapa dampak positifnya adalah penggemar dapat merasakan kebahagiaan karena terhibur oleh karya yang dihasilkan oleh idolanya. Selain itu penggemar dapat membangun identitas diri yang positif karena menjadikan kesuksesan idolanya sebagai motivasi untuk mencapai tujuan hidup.

Penggemar yang menjadikan kesuksesan idolanya sebagai motivasi akan lebih mudah untuk mencapai tujuan hidup dan memperoleh kepuasan dalam hidupnya. Selain itu, rasa senang dan bahagia yang didapatkan penggemar karena menjadikan konten idolanya sebagai hiburan, maka akan merasakan emosi positif dalam hidup. Penggemar yang mudah membangun interaksi dengan penggemar lainnya juga akan merasakan emosi positif karena meluasnya relasi sosial. Menurut Diener et al. (1999) orang yang lebih mudah membangun interaksi dengan lingkungannya akan lebih bahagia daripada yang sulit membangun interaksi. Sehingga hal tersebut yang dapat membuat SWB penggemar pada tahap *entertainment social* tinggi.

Hasil uji pada tahap *intense personal* tidak signifikan terhadap SWB. Sehingga tidak ada pengaruh negatif *celebrity worship* pada tahap *intense personal* dengan SWB. Hal ini berbeda dengan penelitian Maltby et al, (2003) yang

mengaitkan perilaku kecemasan pada tahap ini. Sebanyak 70.3% penggemar NCT yang berada di tahap *intense personal*. disebabkan karena penggemar mulai merasa adanya keterkaitan secara afektif dengan idola mereka, sehingga mereka seolah juga merasakan apa yang dirasakan oleh idola mereka (Maltby et al., 2003).

Berdasarkan perolehan data penggemar yang berada pada tahapan *intense personal* lebih banyak yang memiliki SWB yang tinggi, yaitu sebanyak 45.1% dari 70.3% penggemar yang berada pada tahap ini. Hal ini dapat didukung dari perolehan data, pada penggemar NCT Bandung sebanyak 58.1% penggemar yang memiliki kemampuan untuk mudah akrab dengan orang lain hasil SWB-nya tinggi. Selain itu, sebanyak 56.1% penggemar NCT di Bandung yang sering mengikuti organisasi hasil SWB-nya tinggi. Sebanyak 81.9% penggemar yang tinggal dengan orang tua dan 3.3% penggemar yang sudah memiliki rumah sendiri SWB-nya lebih tinggi dibandingkan dengan yang bertempat tinggal dengan yang lainnya. Hal ini dapat didukung oleh penelitian Diener et al. (1999) yang menjelaskan bahwa salah satu faktor yang memengaruhi SWB individu adalah kepribadian, dimana kepribadian orang yang lebih mudah berinteraksi dengan lingkungan akan lebih mudah memperoleh kebahagiaan dan hal tersebut akan menghasilkan SWB yang tinggi. Selain itu, menurut Diener (2009) dikelilingi oleh keluarga merupakan salah satu dampak positif dari memiliki SWB yang tinggi, karena dengan adanya orang terdekat di sekitar individu, maka mudah bagi individu untuk memperoleh dukungan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa penggemar yang memiliki perilaku *celebrity worship* pada tahap *intense personal* tidak semuanya akan berpengaruh pada SWB yang rendah

Pada tahap *borderline pathological*, penggemar akan menghalalkan segala cara untuk berada dekat dengan idolanya, termasuk untuk melakukan hal yang ekstrem (Maltby et al., 2003). Penggemar juga sering memfantasikan dirinya berada di dalam hubungan romantisme hingga *sexual* dengan idolanya (Maltby et al., 2006).

Penggemar yang berada pada tahap *borderline pathological* akan selalu menjadikan idolanya sebagai acuan mereka untuk melakukan sesuatu hal, sehingga karena hal tersebut penggemar akan selalu merasa tidak puas dengan apa yang sudah didapat pada hidupnya (Aruguete et al., 2014). Akibat sering melakukan fantasi terkait idola, dapat menyebabkan pikiran, perasaan, dan pengalaman seseorang tidak sesuai dengan realita (Maltby et al., 2006). Sehingga hal ini bisa menyebabkan rendahnya SWB seseorang.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya, kurang meratanya pembagian kuesioner pada setiap rentang usia dan jenis kelamin. Penggemar rata – rata berusia 18 – 21 tahun dan berjenis kelamin perempuan. Sementara penggemar laki – laki yang berpartisipasi dalam penelitian ini hanya 4.5% dari seluruh responden yang ikut berpartisipasi. Hal ini disebabkan karena penelitian ini

dilakukan pada penggemar *pop singer*. Raviv et al. (1996) menjelaskan bahwa penyanyi *pop singer* lebih disukai oleh penggemar perempuan dibandingkan penggemar laki – laki. Sehingga hasil penelitian kurang bisa digeneralisasi untuk semua usia yang telah memasuki dewasa awal dan penggemar yang berjenis kelamin laki – laki. Selain itu, penggunaan teknik *accidental sampling* pada penelitian ini dinilai kurang tepat, karena responden penelitian merupakan anggota komunitas Nctzen Bandung dan tidak sulit untuk mencarinya. Sehingga lebih baik menggunakan teknik *simple random sampling* agar hasilnya lebih representative.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada penggemar NCT di Bandung, rata – rata penggemar memiliki perilaku *celebrity worship* pada tahap *intense personal*.
2. Hasil SWB pada penggemar rata – rata menunjukkan hasil yang tinggi karena banyak penggemar yang memiliki kemampuan mudah berinteraksi dengan orang lain, dimana hal tersebut menjadi salah satu faktor yang dapat membuat SWB seseorang tinggi.
3. Hipotesis pada penelitian ini secara keseluruhan dapat diterima. Hasil uji hipotesis pada tahapan *entertainment social* dan *borderline pathological* menunjukan bahwa ada pengaruh negatif antara *celebrity worship* terhadap SWB. Semakin rendah *celebrity worship* seseorang maka akan semakin tinggi SWB-nya. Begitu pun sebaliknya, semakin tinggi *celebrity worship* seseorang maka akan semakin rendah SWB-nya.
4. Hipotesis peneliti tidak berlaku untuk tahapan *intense personal*, karena SWB penggemar pada tahap ini lebih banyak yang tinggi dibandingkan rendah.

ACKNOWLEDGE

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah mengarahkan peneliti selama pelaksanaan penelitian dan pada Nctzen Bandung yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aini, W. Q., Rahayu, M. S., & Khasanah, A. N. (2019). Studi Deskriptif Psychological Well-Being pada Celebrity Worship Dewasa Awal di Komunitas EXO L Bandung. *Prosiding Psikologi*, 5(1).
- [2] Arjuna. (2020). Henggang dari tiktok, Jason Wiliam sampaikan permintaan maaf. *Pikiran Rakyat*.
<https://cerdikindonesia.pikiran-rakyat.com/gaya/pr-86846316/henggang-dari-tiktok-jason-wiliam-sampaikan-permintaan-maaf>
- [3] Aruguete, M., Griffith, J., Edman, J., Green, T., & McCutcheon, L. (2014). Body image and celebrity worship. *Implicit Religion*, 17(2), 223–234.
- [4] Aruguete, M. S., Huynh, H., McCutcheon, L. E., Browne, B. L., Jurs, B., & Flint, E. (2019). Are measures of life satisfaction linked to admiration for celebrities? *Mind and Society*, 18(1).
- [5] Dewi, D. P. K. S., & Indrawati, K. R. (2019). Gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(02), 291.
- [6] Diener, E. (2009). *The science of well-being: The collected works of Diener*. Springer.
- [7] Diener, E., Emmons, R. T., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71–75.
- [8] Diener, E., Suh, E., Lucas, R., & Smith, H. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276–302.
- [9] Diener, E., Wirtz, D., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D. won, Oishi, S., & Biswas-Diener, R. (2010). New well-being measures: Short scales to assess flourishing and positive and negative feelings. *Social Indicators Research*, 97(2), 143–156.
- [10] Elvina, R. (2019). *Hubungan antara fleksibilitas kognitif dan pemujaan selebriti pada remaja penggemar Kpop*. Universitas Sanata Dharma.
- [11] Fajarna, Z. (2019). Manfaat menjadi seorang fangirl K-Pop. *Kompasiana.Com*.
<https://www.kompasiana.com/zuhairafajarna/5ce3d1123ba7f74a4820c7a6/manfaat-menjadi-seorang-fangirl-k-pop?page=1>
- [12] Hurlock, E. B. (1999). *Psikologi perkembangan suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan* (Edisi Kelima). Erlangga.
- [13] Laffan, D. A. (2020). Positive psychosocial outcomes and fandom in K-Pop fans: A social identity theory perspective. *Psychological Reports*, 1–21.
- [14] Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. *Personality and Individual Differences*, 40, 273–283.
- [15] Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29.
- [16] Maltby, J., McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., & Houran, J. (2001). The self-reported psychological well-being of celebrity worshippers. *North American Journal of Psychology*, 3(3), 441.
- [17] Mandas, A. L., Suroso, S., & S, D. S. (2019). Hubungan antara konsep diri dengan celebrity worship pada remaja pecinta korea di Manado ditinjau dari jenis kelamin. *Psikovidya*, 22(2), 164–189.
- [18] Novanto, Y., & Winata, M. R. K. (2019). Faktor demografis di seputar kepuasan hidup guru sekolah X di Sidoarjo. In S. Prapunto (Ed.), *Merajut Keragaman Untuk Mencapai Kesejahteraan Psikologis Dalam Konteks Masyarakat 5.0*, 320–331. Satya Wacana University Press.
- [19] Orina, D. (2015). *Pengaruh Persepsi Dukungan Sosial Terhadap Kesejahteraan Subjektif Pada Istri Yang Belum Memiliki Anak*. Universitas Negeri Jakarta.
- [20] Prihatiningrum, A. (2018). *Celebrity worship dan subjective well-being dikalangan K-Popers* [Universitas Muhammadiyah Malang]. /
- [21] Raviv, A., Bar-Tal, D., Raviv, A., & Ben-Horin, A. (1996). Adolescent idolization of pop singers: Causes, expressions, and reliance. *Journal of Youth and Adolescence*, 25(5), 631–650.
- [22] Rie. (2020). Fans Indonesia jadi penyumbang views terbanyak di kanal YouTube NCT U. *Dreamers.Id*.
<http://hiburan.dreamers.id/article/92623/fans-indonesia-jadi-penyumbang-views-terbanyak-di-kanal-youtube-nct-u>
- [23] Zsila, Á., McCutcheon, L. E., & Demetrovics, Z. (2018). The association of celebrity worship with problematic Internet use, maladaptive daydreaming, and desire for fame. *Journal of*

Behavioral Addictions, 7(3), 654–664.

- [24] Juniar Yeniska, Nugrahawati Eni Nuraeni. (2021). *Self Discrepancy pada Roleplayer K-Pop pada Komunitas Entertainment 'X' di Twitter*. *Jurnal Riset Psikologi*, 1(1), 18-25.