

Hubungan antara *Trait* Kepribadian *The Big Five* dengan *Celebrity Worship* pada Komunitas Jkt48 West Java di Kota Bandung

Relation of The Big Five Personality and Celebrity Worship in JKT48 West Java
Fansclub

¹Tengku Farah Meilisa, ² Milda Yanuvianti

^{1,2} *Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1
Bandung 40116*

email : ¹farahmeilisa@gmail.com, ²yanuvianti@gmail.com

Abstract. JKT48 already attracted much attention due to its unique concept. JKT48 increasingly proving its popularity with many communities in social media is utilized for fans to show their support to JKT48. The fans showed the behavior of cult of celebrity (*Celebrity Worship*). Various kinds of behavior displayed for fans to show their support, such as looking for information about his idols from social media or follow fansclub, collect items related to his idols, watch the theater or attending the performances of his idols, spend a lot of money to buy the albums and merchandise, sharing about his idols with fellow fans and friends, active following the gathering, some are shy and passionate when talking about JKT48, there are always unique ideas when gathering, and some were just silent during gathering. The purpose of this research is to gain empirical data about the relationship between the big five personality with celebrity worship at fans JKT48 particularly the aged early adulthood on JKT48 West Java FC in Bandung. Data retrieval using a measuring instrument of IPIP BFI (*Big Five Inventory*) and measuring instrument of CAS (*Celebrity Attitude Scale*) that have been modified by the researcher. The research subject is early adulthood fan JKT48 incorporated in West Java FC the number of samples are 35 fans. Researcher using correlational analysis technique using a quantitative approach. Data analysis technique used in this research is Chi-Square and the results of this study are there is a positive relationship between trait extraversion with celebrity worship in category entertainment social and intense personal with χ^2 value each 7,296 and 5,019 (more than the value of χ^2 table 3.48).

Keywords : JKT48 fans, The Big Five Personality, Celebrity Worship

Abstrak. Sejak awal kemunculannya, JKT48 sudah menarik banyak perhatian karena konsep yang unik. JKT48 semakin membuktikan kepopulerannya dengan banyaknya komunitas di media sosial yang dimanfaatkan penggemar untuk menunjukkan dukungannya kepada JKT48. Penggemar tersebut menunjukkan perilaku pemujaan terhadap selebriti (*Celebrity Worship*). Perilaku penggemar tersebut antara lain seperti mencari informasi mengenai idolanya baik dari dunia maya maupun mengikuti *fansclub*, mengumpulkan barang-barang berkaitan dengan idolanya, menonton teater atau hadir dalam pertunjukan idolanya, mengeluarkan banyak uang untuk membeli album dan merchandise, serta *sharing* mengenai idolanya dengan sesama penggemar dan teman dekat. Penggemar juga terlihat aktif mengikuti gathering, ada yang pemalu dan bersemangat ketika membicarakan JKT48, ada yang selalu mengeluarkan ide-ide unik ketika gathering, dan ada yang hanya diam saja ketika *gathering*. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris mengenai hubungan antara *trait* kepribadian *the big five* dengan *celebrity worship* pada penggemar JKT48 khususnya yang berusia dewasa awal pada komunitas JKT48 West Java FC di Bandung. Pengambilan data menggunakan alat ukur dari IPIP BFI (*Big Five Inventory*) dan alat ukur dari CAS (*Celebrity Attitude Scale*). Subjek penelitiannya adalah penggemar JKT48 yang tergabung dalam JKT48 West Java FC dan berusia dewasa awal dengan jumlah subjek sebanyak 35 orang. Hasil pengukuran dengan menggunakan Chi-Square dan didapatkan bahwa ada hubungan antara *trait extraversion* dengan *celebrity worship* pada kategori *entertainment social* dan *intense personal* dengan nilai χ^2 masing-masing 7.296 dan 5.019 (lebih besar dari nilai χ^2 tabel yaitu 3.48).

Kata kunci : Penggemar JKT48, *trait* kepribadian *The Big Five*, *Celebrity Worship*

A. Pendahuluan

Pada bulan November 2011 muncul sebuah *idol group* (grup idola) baru di industri hiburan di Indonesia bernama Jakarta 48 (JKT48). JKT48 merupakan sebuah *sister group* pertama di luar Jepang dari sebuah *idol group* tersukses di Jepang yang bernama AKB48. Keduanya membawa slogan utama yang sama untuk hubungan antara idola dengan penggemarnya yaitu “*idols you can meet*” atau “idola yang bisa anda temui”. Slogan ini diwujudkan dengan adanya pertunjukan rutin hampir setiap hari di Theater JKT48 yang selalu dipenuhi oleh penonton. Keunikan lain yang terlihat dari JKT48 ini adalah antusias dari penggemarnya. Berbeda dengan fans lain yang umumnya ikut bernyanyi bersama artis kesukaannya, atau diam hening menikmati penampilan, maka mayoritas fans JKT48 justru seakan tidak bisa diam saat melihat idolanya beraksi. Mereka menyalurkan dukungan mereka lewat teriakan, gerakan *ligsttick*, hingga tarian tertentu sehingga suasana selalu terlihat sangat meriah.

JKT48 West Java FC merupakan *fansclub* yang sudah terbentuk dari awal kemunculan JKT48 ditahun 2011 dan masih aktif hingga sekarang. JKT48 West Java FC juga rutin mengadakan *gathering* yang bertempat di Balai Kota Bandung. Selain aktif mengadakan *gathering*, JKT48 West Java FC juga selalu mengadakan acara *pergi bareng* ke Jakarta pada saat konser atau ada *event* khusus yang diadakan JKT48 sehingga menjadi *fansclub* yang populer diantara penggemar JKT48, dengan adanya JKT48 West Java FC bisa memudahkan penggemar JKT48 yang berdomisili di Bandung untuk menikmati *event-event* JKT48 di Jakarta.

Penggemar JKT48 kebanyakan laki-laki dan terlihat masih banyak yang berusia dewasa awal. Para penggemar merasa memiliki kedekatan dengan idolanya, ketika idolanya merasa sedih atau sakit, mereka juga ikut merasa sedih, menjadi khawatir dan tidak bersemangat. Pemujaan terhadap idola tidak hanya mengoleksi album/*single*, *photopack*, atau mencari informasi mengenai idolanya saja tetapi juga sebagai pasangan. Fanatisme mengidolakan yang berlebihan membuat penggemar tidak hanya melihat artis/idola sebagai idola mereka tetapi sebagai pasangan secara *virtual*. Dalam menyukai idolanya ini, terkadang dapat mengganggu kegiatan atau pekerjaan sehari-hari mereka. Fenomena tersebut tidak sesuai dengan tugas perkembangan dewasa awal dari Santrock (2006) yang menyebutkan bahwa di usia mereka, seharusnya sudah dapat menjalin relasi sosial dengan baik dan mencari pasangan atau menjalin *romantic relationship*. Akan tetapi mereka justru lebih memilih untuk bercerita permasalahan mereka pada idolanya dibandingkan pada temannya. Perhatian yang berlebihan kepada JKT48 membuat penggemar JKT48 mengembangkan perasaan yang tidak mendasar pada idolanya, sehingga dia yakin bahwa dia memiliki koneksi dan kedekatan yang mendalam dengan idolanya.

Dari hasil observasi juga terlihat ada beberapa penggemar yang aktif mengobrol saat *gathering*, selalu memberikan ide-ide yang unik, bersikap ramah kepada penggemar lain, memulai percakapan, dan ada juga yang hanya diam saja dan terlihat pemalu serta hanya menyetujui semua keputusan yang diambil saat *gathering* tanpa mengeluarkan pendapatnya sendiri. Asumsi paling dasar dari pandangan *trait* adalah bahwa orang memiliki kecenderungan, yang disebut *trait*, untuk berespon dengan cara tertentu. Kepribadian adalah seluruh karakteristik seseorang atau sifat umum banyak orang yang mengakibatkan pola yang menetap dalam merespon suatu situasi

B. Landasan Teori

The Big Five Personality

Kepribadian dapat dikatakan sebagai total jumlah dari cara individu bereaksi dan berinteraksi dengan orang lain. Terdapat karakteristik-karakteristik yang umumnya melekat dalam masing-masing diri individu. Karakteristik tersebut yang ketika ditunjukkan dalam berbagai situasi disebut sebagai *trait* kepribadian. *Trait* kepribadian ini menggunakan pendekatan *The Big Five Personality* Menurut McCrae & Costa, *The Big Five Personality* adalah sebuah kesepakatan dimana pendekatan teoritis yang mengacu pada lima faktor dasar kepribadian manusia yang terdiri dari *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness to experience*. Adapun definisi dari kelima *trait* kepribadian tersebut, antara lain :

1. *Extraversion* (E), menggambarkan tingkat kenyamanan seseorang terhadap suatu hubungan. Memperlihatkan interaksi kuantitas dan intensitas dalam interaksi interpersonal.
2. *Agreeableness* (A), menggambarkan kualitas orientasi interpersonal seseorang secara berkesinambungan dari perasaan terharu sampai perasaan menentang dalam pikiran, perasaan dan tindakan. *Agreeableness* Mengacu pada kecenderungan seseorang individu untuk tunduk pada orang lain.
3. *Conscientiousness* (C), menggambarkan perilaku tugas dan arah tujuan, dan secara social membutuhkan impuls kontrol. *Conscientiousness* memperlihatkan derajat kemampuan seseorang dalam mengorganisasikan sesuatu, persisten dengan apa yang ia lakukan dan mempertahankan motivasi dalam tindakan berdasarkan tujuan.
4. *Neuroticism* (N), menggambarkan penyesuaian diri dengan ketidakstabilan emosi. Faktor ini mengenal individu yang mudah tertekan secara psikologis, ide-ide yang tidak realistis, idaman atau dorongan yang berlebihan dan respon maladptif.
5. *Openness to Experience* (O), menggambarkan secara luas, kedalaman, kerumitan mental individu dan pengalaman hidup.

Celebrity Worship

Celebrity worship menurut Maltby et. Al, (2005) adalah gangguan obsesif-adiktif saat seseorang terlalu melibatkan diri di setiap detil kehidupan selebriti idolanya, dimana semakin seseorang memuja, merasa kagum atau terlibat dengan sosok selebriti tertentu, semakin besar pula keintiman (*intimacy*) yang diimajinasikan terhadap sosok selebriti yang diidolakan, semakin tinggi tingkat pemujaan seseorang terhadap idolanya, maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatannya dengan sosok idola. Seiring dengan meningkatnya intensitas keterlibatan seseorang dengan selebriti idolanya, maka ia mulai melihat sosok selebriti idolanya adalah orang yang dianggap dekat dan ia mulai mengembangkan hubungan parasosial.

Keterlibatan dengan *celebrity* oleh Maltby et.al, (2006) dibagi menjadi tiga level yang disebut sebagai *Celebrity Attitude Scale* (CAS), yang bisa digambarkan sebagai tingkatan, yaitu:

6. *Entertainment-social*. Pada level ini individu biasanya dikaitkan dengan penggunaan media sebagai sarana untuk mencari informasi mengenai idolanya dan senang membicarakan hal-hal yang berhubungan dengan idola dengan sesama teman yang mengidolakan idola yang sama. Fans menganggap bahwa apa yang dilakukan oleh idolanya adalah menarik dan menjadi hiburan bagi fans tersebut.
7. *Intense-personal*. Dimensi ini merefleksikan perasaan intensif dan empati terhadap idola, hampir sama dengan tendesi obsesif pada fans. Hal ini menyebabkan individu menjadi memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun

tentang *celebrity* tersebut, mulai dari berita terbaru hingga informasi mengenai pribadi *celebrity*.

8. *Borderline-pathological*. Sikap seperti kesediaan untuk melakukan apapun demi *celebrity* tersebut meskipun hal tersebut melanggar hukum. Fans yang seperti ini tampak memiliki pemikiran yang tidak terkontrol dan menjadi irasional. Salah satu contoh perilaku yang menggambarkan tahapan *borderline-pathological* misalnya seorang individu rela memberikan uang sebanyak sepuluh juta demi bisa membeli seprei yang pernah dipakai tidur oleh idolanya.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1. Kategorisasi Skor *Trait* Kepribadian *The Big Five*

| Trait Kepribadian | Derajat Tinggi | % | Derajat Rendah | % | Jumlah Subjek | % |
|------------------------|----------------|--------|----------------|--------|---------------|------|
| Extraversion | 19 | 54,29% | 16 | 45,71% | 35 | 100% |
| Agreeableness | 28 | 80% | 7 | 20% | 35 | 100% |
| Conscientious | 23 | 65.71% | 12 | 34,29% | 35 | 100% |
| Neuroticism | 4 | 11.43% | 31 | 88.57% | 35 | 100% |
| Openness to Experience | 30 | 85.71% | 5 | 14.29% | 35 | 100% |

Dari hasil perhitungan terlihat bahwa *trait* yang dominan pada penggemar JKT48 dalam komunitas JKT48 West Java adalah *trait* Openness to experience (85.71%). Dimana penggemar JKT48 terlihat proaktif dan senang mencari hal-hal baru. Memiliki ide-ide yang unik, kreatif, dan memiliki pemikiran yang luas. Penggemar memiliki banyak ide mengenai project apa saja yang akan dilakukan untuk menunjukkan dukungan kepada JKT48, seperti memberikan barang-barang dengan nama idola, membuat film pendek, membuat lagu, atau membawa banner berukuran besar saat event, dan ide-ide lainnya.

Tabel 2. Kategorisasi Skor *Celebrity Worship*

| Level Celebrity Worship | Derajat Tinggi | % | Derajat Rendah | % | Jumlah Subjek | % |
|-------------------------|----------------|--------|----------------|--------|---------------|------|
| Entertainment Social | 27 | 77.14% | 8 | 22.86% | 35 | 100% |
| Intense Personal | 26 | 74.28% | 9 | 25.72% | 35 | 100% |
| Borderline Pathological | 6 | 17.14% | 29 | 82.86% | 35 | 100% |

Dari hasil perhitungan terlihat bahwa level *celebrity worship* yang dominan pada penggemar JKT48 dalam komunitas JKT48 West Java adalah *entertainment social* (74.28%), dimana penggemar senang membicarakan JKT48 dengan sesama penggemar, menyukai JKT48 karena penampilan yang menarik, lagu dan tarian yang

bagus serta bisa menghibur.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Statistik Hubungan antara *Trait* kepribadian dengan Tingkatan *Celebrity Worship*

| Hubungan | Nilai r^2 hitung | Interpretasi |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|
| <i>Trait Extraversion</i> dengan level <i>Entertainment Social</i> | 7.729 | Ada hubungan |
| <i>Trait Extraversion</i> dengan level <i>Intense Personal</i> | 5.019 | Ada hubungan |
| <i>Trait Extraversion</i> dengan level <i>Borderline Pathological</i> | 0.447 | Tidak ada hubungan |
| <i>Trait Agreeableness</i> dengan level <i>Entertainment Social</i> | 1.338 | Tidak ada hubungan |
| <i>Trait Agreeableness</i> dengan level <i>Intense Personal</i> | 0.001 | Tidak ada hubungan |
| <i>Trait Agreeableness</i> dengan level <i>Borderline Pathological</i> | 0.196 | Tidak ada hubungan |
| <i>Trait Conscientious</i> dengan level <i>Entertainment Social</i> | 1.728 | Tidak ada hubungan |
| <i>Trait Conscientious</i> dengan level <i>Entertainment Intense Personal</i> | 0.100 | Tidak ada hubungan |
| <i>Trait Conscientious</i> dengan level <i>Borderline Pathological</i> | 2.146 | Tidak ada hubungan |
| <i>Trait Neuroticism</i> dengan level <i>Entertainment Social</i> | 2.146 | Tidak ada hubungan |
| <i>Trait Neuroticism</i> dengan level <i>Intense Personal</i> | 1.563 | Tidak ada hubungan |
| <i>Trait Neuroticism</i> dengan level <i>Borderline Pathological</i> | 0.196 | Tidak ada hubungan |
| <i>Trait Openness to experience</i> dengan level <i>Entertainment Social</i> | 0.629 | Tidak ada hubungan |
| <i>Trait Openness to experience</i> dengan level <i>Intense Personal</i> | 0.734 | Tidak ada hubungan |
| <i>Trait Openness to experience</i> dengan level <i>Borderline Pathological</i> | 1.612 | Tidak ada hubungan |

Dari hasil penelitian yang sudahkan dijelaskan sebelumnya, terlihat bahwa *trait* kepribadian *the big five* yang memiliki hubungan dengan level-level dalam *celebrity worship* adalah *trait Extraversion*. Penggemar yang memiliki *trait Extraversion* yang dominan terlihat selalu aktif dalam kegiatan *fansclub*, suka berkumpul dengan sesama penggemar JKT48, senang bergaul, bersemangat saat menceritakan JKT48 dan bisa dengan cepat akrab dengan penggemar-penggemar lain yang baru dikenalnya. Dalam kaitannya dengan *celebrity worship*, *trait* ini memiliki hubungan dengan kategori *entertainment social* dengan nilai r^2 hitung sebesar 7,296 yang berarti *trait extraversion* memiliki hubungan yang erat dengan *celebrity worship* pada kategori

entertainment social.

Pada hubungannya dengan kategori *Intense Personal*, didapat nilai χ^2 hitung sebesar 5.019 yang lebih besar dari nilai χ^2 tabel, sehingga bisa disimpulkan kalau hipotesis diterima, ada hubungan antara trait *extraversion* dengan *celebrity worship* pada kategori *intense personal*. Penggemar JKT48 ini selalu mencari tahu kegiatan idolanya sehari-hari, melalui media sosial ataupun saling berbagi informasi dengan sesama penggemar, bahkan tak jarang mereka menganggap bahwa JKT48 adalah pacar mereka, dengan menceritakan kegiatan sehari-hari kepada JKT48 dan merasa kalau JKT48 memberi perhatian kepada mereka. Penggemar yang merasa senang membicarakan JKT48 membuat penggemar tersebut merasakan suatu kedekatan dengan idolanya di JKT48, sehingga tanpa sadar sering memikirkan idola mereka di JKT48, hal ini sesuai dengan kategori *intense personal* pada *celebrity worship*. Sedangkan pada *trait* lainnya terlihat tidak memiliki hubungan dengan *celebrity worship*, dimana nilai χ^2 hitung yang lebih kecil dari nilai χ^2 tabel, sehingga masing-masing *trait* tidak saling berhubungan dengan masing-masing level pada *celebrity worship*, termasuk *trait* yang paling dominan, yaitu *openness to experience*, ternyata tidak memiliki hubungan dengan *celebrity worship*. Hal ini bisa diakibatkan karena kemungkinan ada beberapa variabel lain yang mempengaruhinya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *trait extraversion* dengan *celebrity worship* pada level *entertainment social* dengan nilai χ^2 hitung sebesar 7.296 dan *celebrity worship* pada level *intense personal* dengan nilai hitung sebesar 5.079. Masing-masing nilai χ^2 hitung lebih besar dari nilai χ^2 tabel yaitu 3.84. Tidak terdapat hubungan antara *trait* kepribadian *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness to experience* dengan *celebrity worship* dimana nilai χ^2 hitung lebih kecil dari nilai χ^2 tabel.

Secara umum penggemar JKT48 pada komunitas JKT48 West Java FC memiliki *trait Openness to experience* yang dominan. Penggemar JKT48 ini aktif dalam kegiatan *fansclub*, memiliki banyak ide-ide yang kreatif untuk mengadakan proyek untuk JKT48, tertarik kepada pendapat-pendapat penggemar lain, menghargai semua hal yang telah terjadi, dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Secara umum penggemar JKT48 yang berusia dewasa awal di Bandung tergolong dalam *celebrity worship* yang tinggi yang berada pada kategori *entertainment social*. Dengan banyaknya tuntutan tugas-tugas pada usia dewasa awal, penggemar JKT48 menganggap idola sebagai sarana hiburan untuk melupakan permasalahan sejenak

Daftar Pustaka

- Giles, D. (2003). *Media Psychology*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc
- Goldberg, L. (1992). *The Development Of Markers For The Big Five Factor Structure*. *Psychological Assessment*, 4, 26-42.
- Hurlock, E. (2001). *Developmental Psychology. Life-Span Approach 5th ed*. New York. McGraw-Hill.
- Jonathan, Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Maltby, J., Houran, J., dan McCutcheon, L.E. (2003). A Clinical Interpretation Of Attitudes and Behaviors Associated with Celebrity Worship *The journal*

- of Nervous and Mental Disease.* vol. 191, no. 1, hal. 25-29.
- McCutcheon, L., Lange, R., dan Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology* vol93
- Noor, Hasanuddin. (2010). *Psikometri: Aplikasi Dalam Penyusunan Instrument Pengukuran Perilaku.* Bandung. Fakultas Psikologi Unisba
- Sari, E. P. (2013). *Hubungan antara Celebrity Worship dengan Psychological Ownership pada Fans K-Pop (Studi pada Fans Super Junior di Kota Bandung).* Bandung: Univesitas Pendidikan Indonesia: Tidak Dipublikasikan.
- Sekarsari, M. (2009). *Hubungan Antara Loneliness dengan Perilaku Parasosial pada Perempuan Dewasa Awal.* Jakarta: Universitas Indonesia: Dipublikasikan.
- Sugiyono. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* Bandung: Alfab