

PENGARUH *LONELINESS* TERHADAP *CELEBRITY WORSHIP* REMAJA PENGEMAR K-POP DI KELURAHAN RUMOONG BAWAH

Mikhael G. A. Ponto

Program Studi Psikologi Universitas Negeri Manado
Email : mikhaelgabrielponto@gmail.com

Tellma M. Tiwa

Program Studi Psikologi Universitas Negeri Manado
Email : tellmatiwa@unima.ac.id

Gloridei L. Kapahang

Program Studi Psikologi Universitas Negeri Manado
Email : glorideikapahang@unima.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh loneliness terhadap celebrity worship pada remaja penggemar K-Pop. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 32 remaja penggemar K-Pop berusia 12–18 tahun yang berdomisili di Kelurahan Rumoong Bawah, Kecamatan Amurang Barat, Kabupaten Minahasa Selatan. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berbentuk skala Likert dengan empat pilihan respons. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Hasil analisis menunjukkan bahwa loneliness memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap celebrity worship, dengan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,808 atau 80,8% serta nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 (< 0,05). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat loneliness yang dialami remaja, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan celebrity worship.

Kata Kunci: *Loneliness, Celebrity Worship, Remaja, Penggemar K-Pop.*

Abstract: This study aims to examine the effect of loneliness on celebrity worship among adolescent K-Pop fans. The research employed a quantitative approach with a sample of 32 adolescent K-Pop fans aged 12–18 years residing in Rumoong Bawah Village, West Amurang District, South Minahasa Regency. Data were collected using a Likert-scale questionnaire with four response options. Data analysis was conducted using simple linear regression. The results indicate that loneliness has a positive and significant effect on celebrity worship, with a coefficient of determination (R Square) of 0.808 or 80.8% and a significance value (Sig.) of 0.000 (< 0.05). These findings suggest that higher levels of loneliness among adolescents are associated with higher tendencies toward celebrity worship.

Keywords: *Loneliness, Celebrity Worship, Adolescents, K-Pop Fans.*

PENDAHULUAN

Kemajuan modernisasi dan globalisasi telah meluas ke berbagai penjuru dunia, sehingga memungkinkan terjadinya interaksi dan pertukaran budaya antarnegara secara intensif. Jarak geografis tidak lagi menjadi hambatan utama dalam proses komunikasi dan pertukaran informasi. Pandangan ini sejalan dengan pernyataan Zamroni (2009) yang menyebutkan bahwa globalisasi memberikan dampak signifikan dalam mempercepat penyebaran perkembangan dari suatu wilayah ke wilayah lainnya, sehingga kondisi di suatu negara dapat dengan cepat memengaruhi negara lain di belahan dunia yang berbeda. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, seperti televisi, gawai, dan media digital lainnya, turut mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi serta mengenal beragam budaya dari berbagai penjuru dunia.

Dalam beberapa tahun terakhir, budaya Korea dengan cepat diterima oleh masyarakat Indonesia, salah satunya melalui musik K-Pop. Fenomena budaya populer Korea ini semakin digemari oleh generasi muda, khususnya remaja Indonesia yang juga memiliki ketertarikan terhadap drama Korea (K-Drama) dan musik K-Pop. K-Pop mulai dikenal di Indonesia sejak tahun 2000, ketika drama Korea Endless Love ditayangkan dan memperoleh sambutan positif dari masyarakat. Sejak saat itu, perkembangan K-Pop di Indonesia terus mengalami peningkatan. Media digital seperti internet, Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, dan berbagai platform lainnya berperan besar dalam menyebarluaskan budaya Korea ke tingkat global.

K-Pop merupakan genre musik populer yang berasal dari Korea Selatan

dan memiliki basis penggemar yang sangat besar, termasuk di Indonesia. Sejumlah artis dan grup musik Korea Selatan telah meraih popularitas internasional, seperti Super Junior, EXO, BTS, Twice, Blackpink, Secret Number, SEVENTEEN, TXT, dan NCT. Pesatnya pertumbuhan industri musik Korea di Indonesia turut mendorong terbentuknya komunitas penggemar yang memiliki tingkat keterikatan emosional yang tinggi terhadap idola mereka.

Fenomena perilaku penggemar K-Pop menunjukkan bahwa remaja bersedia mengeluarkan biaya yang cukup besar demi selebriti yang mereka idolakan, mulai dari membeli karya musik secara digital hingga album fisik (Amirah, 2020). Indonesia juga menjadi salah satu negara yang sering dikunjungi oleh selebriti K-Pop dalam rangka konser atau kegiatan promosi. Tidak jarang penggemar rela mengeluarkan biaya lebih besar untuk menonton konser idola mereka. Sebagai contoh, penggemar boy band BTS (ARMY) bersedia membeli tiket konser dengan harga yang jauh lebih tinggi dari harga resmi karena tidak memperoleh tiket pada penjualan awal (Ramadhan, 2019).

Salah satu fenomena ekstrem yang menunjukkan kuatnya pengaruh selebriti terhadap penggemarnya adalah copycat suicide, yaitu tindakan bunuh diri yang dilakukan seseorang setelah mengetahui kabar bunuh diri selebriti atau tokoh publik yang dikagumi (Zsila, 2020). Di Indonesia, pernah dilaporkan kasus seorang perempuan yang mencoba mengakhiri hidupnya setelah mendengar kabar meninggalnya Jonghyun, anggota grup K-Pop SHINee yang menjadi idolanya, akibat bunuh diri.

Selain itu, perilaku fanatisme penggemar juga tercermin melalui

fenomena fanwar atau konflik antar penggemar yang terjadi di media sosial sebagai bentuk pembelaan terhadap idola masing-masing. Fanwar dapat terjadi di berbagai platform media sosial, seperti situs web, Instagram, dan Twitter. Namun, Lastriani (2018) menyatakan bahwa Instagram merupakan platform yang paling sering digunakan dalam konflik antar penggemar. Salah satu bentuk fanwar yang umum terjadi adalah ketika seorang penggemar merasa idolanya dihina, sehingga memicu pertengkaran terbuka antar kelompok penggemar di media sosial.

Menurut psikologi perkembangan, memiliki sosok idola merupakan hal yang wajar bagi setiap individu, khususnya pada masa remaja. Hal ini disebabkan oleh tahap perkembangan remaja yang ditandai dengan proses pencarian jati diri serta eksplorasi berbagai peran sosial. Pada fase ini, remaja mulai mengenal dan mengidentifikasi figur-firug tertentu yang dianggap merepresentasikan nilai, sikap, atau karakter yang ingin mereka capai (Berk, 2012). Remaja secara aktif memilih tokoh yang dijadikan panutan atau *role model* sebagai bagian dari proses pembentukan identitas diri (Gunarsa, 1981).

Pemujaan selebriti atau *celebrity worship* merupakan bentuk kekaguman terhadap figur publik dengan intensitas yang tidak biasa dan bersifat hubungan satu arah, di mana individu mengenal idolanya tanpa adanya interaksi timbal balik secara langsung, sebagai bentuk penghormatan dan keterikatan psikologis (Maltby & Day, 2011). *Celebrity worship* dapat diidentifikasi melalui tiga tingkatan, yaitu *entertainment-social*, yang menggambarkan ketertarikan terhadap selebriti sebagai sumber hiburan dan

interaksi sosial; *intensive-personal*, yang mencerminkan keterlibatan emosional yang intens dan bersifat kompulsif terhadap selebriti idola; serta *borderline-pathological*, yang ditandai oleh perilaku tidak terkendali dan fantasi berlebihan terhadap selebriti (Maltby & Day, 2011).

Loneliness merupakan salah satu faktor yang memengaruhi munculnya *celebrity worship* (Aufa, Mar'at, & Tiatri, 2019). Individu yang mengalami kesepian cenderung mengalihkan interaksi sosial tatap muka ke komunikasi melalui media sosial. Individu dengan tingkat loneliness yang tinggi juga menunjukkan intensitas penggunaan media sosial yang lebih besar, khususnya untuk mengikuti kehidupan selebriti yang mereka sukai. Dalam kondisi tersebut, individu cenderung meniru perilaku sosial selebriti idola dan merasakan kepuasan sosial-interpersonal melalui keterlibatan tersebut. Pemenuhan kebutuhan sosial yang tidak terpenuhi dalam kehidupan nyata dapat diperoleh secara simbolik melalui konsumsi kisah dan aktivitas kehidupan selebriti idola (Kim & Chen, 2020).

Secara konseptual, loneliness dipahami sebagai kondisi psikologis yang dialami individu ketika terdapat kesenjangan antara hubungan sosial yang diharapkan dengan hubungan sosial yang dimiliki. Loneliness terjadi ketika keintiman interpersonal yang diinginkan belum terwujud, sehingga individu merasakan pengalaman emosional yang tidak menyenangkan dalam relasi sosialnya (de Jong-Gierveld, Tilburg, & Dykstra, 2006).

Aufa, Mar'at, dan Tiatri (2019) melakukan penelitian untuk mengetahui peranan loneliness terhadap *celebrity worship* pada remaja. Penelitian tersebut melibatkan 630 remaja berusia 10–24 tahun sebagai subjek penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat loneliness yang dialami individu, semakin tinggi pula ketiga dimensi *celebrity worship*. Remaja dalam penelitian ini melakukan *celebrity worship* sebagai respons terhadap perasaan sepi yang mereka alami. Remaja yang mengalami kesepian cenderung mengalihkan perasaan tersebut dengan membaca, menonton, mendengarkan, atau mengakses konten yang berkaitan dengan selebriti idola mereka (Aufa et al., 2019).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Ashe dan McCutcheon (2001) bertujuan untuk mengukur rasa malu, kesepian, dan sikap individu terhadap selebriti. Penelitian ini melibatkan 150 peserta berusia 10–24 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa individu cenderung mengejar hubungan parasosial dengan selebriti sebagai upaya untuk mengurangi rasa malu dan kesepian yang mereka alami. Hubungan parasosial tersebut menjadi salah satu cara individu memperoleh pemenuhan kebutuhan sosial secara simbolik (Ashe & McCutcheon, 2001). Temuan ini didukung oleh McCutcheon dkk. (2004) yang menyatakan bahwa menjalin hubungan parasosial dengan selebriti favorit merupakan salah satu mekanisme untuk mengatasi perasaan kesepian.

Selanjutnya, Maltby (2008) dalam penelitiannya menunjukkan adanya hubungan antara *celebrity worship* dan dampaknya terhadap kesehatan mental individu. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa penggemar dengan tingkat *celebrity worship* yang tinggi cenderung mengalami berbagai gejala psikologis, seperti depresi, kecemasan, dan disfungsi sosial. Kondisi kesehatan mental ini semakin diperburuk oleh sifat introvert serta kurangnya hubungan sosial yang

bermakna. Dalam konteks ini, remaja membangun identitas diri mereka melalui keterlibatan dalam hubungan parasosial dengan figur selebriti (Sheridan et al., 2007).

Perkembangan budaya K-Pop di Indonesia turut memengaruhi perilaku dan gaya hidup remaja. Di Kelurahan Rumoong Bawah, terdapat banyak remaja yang menyukai K-Pop. Meskipun penggemar K-Pop umumnya didominasi oleh remaja perempuan, penulis menemukan bahwa di Kelurahan Rumoong Bawah juga terdapat remaja laki-laki yang menggemari K-Pop. Remaja penggemar K-Pop di wilayah tersebut menunjukkan perilaku konsumtif terhadap produk-produk yang berkaitan dengan idola mereka, seperti poster, pakaian, dan merchandise lainnya. Selain itu, banyak remaja yang bersedia mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk menonton konser K-Pop. Salah satu contohnya adalah konser yang diselenggarakan di Manado pada 17 Desember 2022 dan menghadirkan girl group asal Korea Selatan, Secret Number. Antusiasme remaja untuk menghadiri konser tersebut terlihat tinggi, meskipun harus mengeluarkan biaya yang besar. Di sisi lain, terdapat pula remaja penggemar K-Pop yang lebih memilih menghabiskan waktunya di rumah dan membatasi interaksi sosial dengan lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat topik ini sebagai bahan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh loneliness terhadap *celebrity worship* pada remaja penggemar K-Pop di Kelurahan Rumoong Bawah.

METODE

penulis adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan

yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Menurut Sugiyono (2018) disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki keterkaitan atau pengaruh suatu variabel dengan variabel yang lain.

Menurut Sugiyono (2011) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Subjek yang diambil dalam penelitian, berdasarkan kriteria populasi berikut:

- 1) Remaja penggemar K-Pop berusia 12-18 tahun
- 2) Menyukai semua hal yang berkaitan dengan K-Pop

Populasi dalam penelitian ini adalah semua remaja penggemar K-Pop yang tinggal di Kelurahan Rumoong Bawah, berusia 12-18 tahun berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan. Populasi diambil dari usia 12-18 tahun karena pada usia tersebut kecenderungan perilaku prososialnya tinggi (Eissenberg, 2006). Populasi dalam penelitian ini 32 orang remaja data berdasarkan sebaran angket awal kepada para remaja di kelurahan Rumoong Bawah.

Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel, hal ini dilakukan bila jumlah populasi *relative* kecil, kurang dari 30, atau penelitian ingin membuat generalisasi dengan kesalahan sangat kecil Sugiyono (2017). Istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus, dimana semua populasi dijadikan sampel. Sehingga berdasarkan kriteria diatas ,sampel yang diambil adalah sampel jenuh atau mengambil

keseluruhan dari jumlah populasi dalam penelitian ini 32 sampel.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup ataupun terbuka. Teknik ini dilaksanakan dengan menggunakan daftar pertanyaan bentuk tertutup untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data.

Adapun skala yang digunakan adalah skala likert dengan skala 4. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini fenomena sosial yang ditetapkan oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala ini maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel dan indikator dari variabel akan menjadi titik tolak instrument item-item yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan

Pada skala likert dilakukan dengan menghitung respon kesetujuan atau ketidak setujuan terhadap objek tertentu. Artinya pertanyaan yang disusun peneliti memiliki kategori positif atau negatif. Jawaban dari setiap item yang menggunakan skala likert dari sangat positif hingga sangat negatif. Untuk jawaban setiap item skala menggunakan empat alternatif jawaban: sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), sangat tidak sesuai (STS). Skor yang diberikan bergerak dari 1 sampai 4.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menetukan apakah data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau

tidak. Dalam uji normalitas data digunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*. Dikatakan normalnya distribusi dapat diketahui dari nilai signifikansinya yaitu > 0.05 . Berdasarkan hasil uji normalitas yang telah dilakukan dengan bantuan program *SPSS* versi 25.0 for windows, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	32
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	.000000
Std. Deviation	2.83072178
Most Extreme Differences	
Absolute	.106
Positive	.071
Negative	-.106
Test Statistic	.106
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan Tabel 1, ditemukan bahwa untuk nilai signifikansi sebesar 0.200. Hasil tersebut lebih besar dari 0.05 yang berarti bahwa kedua variable terdistribusi normal.

Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas ini dilakukan untuk mengetahui dan memastikan hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas dengan membandingkan antara regresi linier dengan regresi kuadratik. Kaidah yang digunakan untuk menguji linieritas hubungan adalah jika signifikansi (p) $< 0,05$ maka hubungannya adalah linier, sebaliknya jika signifikansi (p) $> 0,05$ maka hubungan tidak linier (Widhiarso, 2010).

Tabel 2 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Celebrity Worship	Between Groups	(Combined)	2466.292	17	145.076	6.625 .000
* Loneliness	Linearity	2239.227	1	2239.227	102.2 .000	53
	Deviation from Linearity	227.064	16	14.192	.648 .799	
	Within Groups	306.583	14	21.899		
	Total	2772.875	31			

Berdasarkan tabel 2, pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel diatas sangat linier. Hal ini dilihat nilai signifikansi *deviation from linearity* 0,799 $> 0,05$.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis terbatas pada intepretasi atas angka statistik yang diperoleh dari perhitungan statistik dengan bantuan programs *SPSS 25 for windows*. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji terlebih dahulu melalui data atau bukti empiris. Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Hubungan antara variabel dapat bersifat positif dan negatif.

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant) 4.355	8.496		.513	.612
	Loneliness 1.317	0.117	.899	11.220	.000

Berdasarkan tabel 3, tampak bahwa angka konstan dari *unstandardized coefficients* adalah sebesar 4.355 artinya jika tidak ada *Loneliness*(X) maka nilai *Celebrity Worship* (Y) adalah 4.355. Angka koefisien regresi adalah sebesar 1.317 artinya jika setiap penambahan 1% tingkat *Loneliness* (X), maka *Celebrity Worship* penggemar K-Pop pada remaja akan meningkat sebesar 1.317. Maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Loneliness* (X) berpengaruh terhadap *Celebrity Worship* (Y) remaja penggemar K-Pop. Persamaan regresinya adalah $(Y) = 4.355 + 1.317 (X)$. Berdasarkan nilai signifikansi

(Sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari < probabilitas 0,05 dan berdasarkan nilai t hitung diketahui sebesar 11.220 > dari pada nilai t table yakni 1,988960, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *Loneliness* (X) terhadap *Celebrity Worship* (Y).

Uji Korelasi

Tabel 4 Uji Korelasi Hubungan *Loneliness* dengan *Celebrity Worship*

Correlations		
	Variabel_X	Variabel_Y
Variabel_X	Pearson Correlation	1 .899**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32 32
Variabel_Y	Pearson Correlation	.899** 1
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	32 32

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4 diatas, ditemukan bahwa nilai signifikansi (Sig.) dari variable *Loneliness* dengan *Celebrity Worship* sebesar 0.000 lebih kecil dari < probabilitas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan arahnya positif.

Tabel 5 Besar Pengaruh *Loneliness* terhadap *Celebrity Worship*

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 ^a	.808	.801	2.878

Berdasarkan hasil tabel 5 diketahui nilai R Square sebesar 0,808. Nilai ini berarti bahwa pengaruh *Loneliness* (X) terhadap *Celebrity Worship* (Y) adalah sebesar 80,8%, sedangkan 19,2% *Celebrity Worship* remaja penggemar K-Pop di kelurahan Rumoong Bawah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *loneliness* memiliki pengaruh

positif dan signifikan terhadap *celebrity worship* pada remaja penggemar K-Pop. Hal ini dibuktikan melalui nilai signifikansi p = 0.000 (< 0.05), yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *loneliness* yang dialami remaja, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan *celebrity worship*. Temuan ini sejalan dengan Teori *Parasocial Interaction* (Horton & Wohl, 1956), yang menyatakan bahwa individu yang merasa kesepian cenderung membentuk hubungan satu arah dengan selebritas sebagai pengganti interaksi sosial nyata. Dalam konteks penggemar K-Pop, remaja mungkin mengisi kekosongan emosional mereka dengan keterikatan berlebihan terhadap idol, baik melalui konsumsi konten, koleksi merchandise, atau partisipasi dalam fandom activities.

Persamaan regresinya adalah (Y) = 4.355 + 1.317 (X) memperjelas bahwa setiap peningkatan satu satuan pada skor *loneliness* akan meningkatkan skor *celebrity worship* sebesar 1.317 satuan. Nilai R Square sebesar 0.808 mengungkapkan bahwa *loneliness* berkontribusi sebesar 80,8% terhadap variasi *celebrity worship*, sementara 19,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti kepribadian, pengaruh teman sebaya, atau intensitas penggunaan media sosial. *Celebrity worship* pada penggemar K-Pop tidak hanya dipengaruhi oleh *loneliness*, tetapi juga oleh faktor psikologis (kebutuhan identitas, eskapisme), sosial (pengaruh teman, keluarga, media sosial), dan budaya (strategi industri K-Pop, aktivitas fandom).

Berkembangnya K-Pop di Indonesia membuat anak-anak remaja memiliki perilaku dan perubahan gaya hidup. Di kelurahan Rumoong Bawah ada banyak sekali anak-anak remaja

yang menyukai K-Pop. Biasanya penggemar K-Pop itu kebanyakan adalah perempuan tetapi penulis mendapati kalau di Kelurahan Rumoong Bawah juga ada banyak anak-anak remaja laki-laki yang menyukai K-Pop. Anak-anak remaja penggemar K-Pop yang ada di Kelurahan Rumoong Bawah sangat suka membeli barang-barang yang berkaitan dengan idola mereka seperti poster, baju, dan lain-lain. Banyak remaja penggemar K-Pop bersedia membayar dengan uang yang banyak hanya demi menonton konser K-Pop, contohnya konser yang belum lama ini di adakan di Manado pada tanggal 17 Desember 2022 yang di datangi oleh salah satu girl band asal Korea Selatan yaitu Secret Number. Banyak remaja yang sangat berantusias sekali ingin pergi menonton konser itu tanpa memikirkan berapa besar pengeluarannya. Ada juga beberapa anak-anak remaja penggemar K-Pop yang lebih memilih diam dirumah mereka dan tidak mau keluar dan bergaul dengan anak-anak lainnya.

Temuan ini didukung oleh penelitian terdahulu Rahayu & Fitri (2021) yang juga menemukan hubungan signifikan antara *loneliness* dan *celebrity worship* pada penggemar boyband lokal ($R^2 = 0.75$). Namun, nilai R^2 yang lebih tinggi dalam penelitian ini (0.808) menunjukkan bahwa efek *loneliness* mungkin lebih kuat dalam konteks K-Pop, yang dikenal dengan fan culture-nya yang sangat terstruktur dan intens.

Selain itu, hasil penelitian ini juga relevan dengan Teori *Compensatory Attachment* (McCutcheon et al., 2002), yang menjelaskan bahwa keterikatan berlebihan pada selebritas dapat berfungsi sebagai mekanisme kompensasi atas kurangnya hubungan sosial yang memuaskan di kehidupan

nyata. Remaja yang mengalami *loneliness* mungkin melihat idol K-Pop sebagai sumber dukungan emosional, terutama karena industri K-Pop sengaja mempromosikan *parasocial intimacy* melalui konten seperti *live streaming*, *fan meetings*, dan interaksi di media sosial. Implikasi praktis dari temuan ini adalah pentingnya perhatian terhadap kesehatan mental remaja, khususnya dalam hal membangun hubungan sosial yang sehat dan mengurangi ketergantungan pada hubungan parasosial.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, seperti tidak memasukkan variabel mediator (misalnya, penggunaan media sosial) yang mungkin memperkuat hubungan antara *loneliness* dan *celebrity worship*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor tambahan tersebut untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik. Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat bukti empiris bahwa *loneliness* merupakan prediktor kuat *celebrity worship*, khususnya di kalangan remaja penggemar K-Pop yang aktif dalam budaya fandom.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa *loneliness* memiliki pengaruh positif yang signifikan dengan *celebrity worship* pada remaja, dengan tingkat pengaruh sebesar 80,8%. Temuan ini sejalan dengan penelitian-penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa kesepian dapat mendorong remaja untuk mencari kepuasan emosional melalui pemujaan selebritas. Oleh karena itu, upaya untuk mengurangi *celebrity worship* pada remaja perlu mempertimbangkan faktor kesepian sebagai salah satu aspek kunci yang perlu diatasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirah, I. (2020). *Budaya populer korea selatan (k-pop) dan perilaku konsumtif penggemar grup musik korea selatan: Studi kasus exo-l markas lotto* (Bachelor's thesis, FISIP UIN Jakarta).
- Ashe, D. D., & McCutcheon, L. E. (2001). Shyness, loneliness, and attitude toward celebrities. *Current research in social psychology*, 6(9), 124-133.
- Aufa, R., Mar'at, S., & Tiatri, S. (2019). Peranan cognitive flexibility, self-esteem, dan loneliness terhadap celebrity worship pada remaja. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 3(2), 539.
- Berk, L. E. (2012). Development Through The Lifespan (Edisi Kelima) Dari Masa Awal Sampai Menjelang Ajal.
- de Jong-Gierveld, J., Van Tilburg, T. G., & Dykstra, P. A. (2018). New ways of theorizing and conducting research in the field of loneliness and social isolation. *The Cambridge handbook of personal relationships*, 391-404.
- Eisenberg, N. (2006). Social, emotional, and personality development. Edisi Keenam. Hand book of child psychology.
- Gunarsa, S. D. (1982). *Dasar dan teori perkembangan anak*. BPK Gunung Mulia.
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass communication and parasocial interaction: Observations on intimacy at a distance. *psychiatry*, 19(3), 215-229.
- Kim, B., & Chen, Y. (2020). Effects of religious celebrity on destination experience: The case of Pope Francis's visit to Solmoe Shrine. *International Journal of Tourism Research*, 22(1), 1-14.
- Lastriani, L. (2018). Fanwar: Perang antar Fans Idol K-Pop di Media Sosial. *Emik*, 1(1), 87-100.
- Maltby, J. (2008). Toward the Measurement and Profiling of Celebrity Worship John Maltby and David Giles. *Stalking, threatening, and attacking public figures: a psychological and behavioral analysis*, 271.
- Maltby, J., & Day, L. (2011). Celebrity worship and incidence of elective cosmetic surgery: Evidence of a link among young adults. *Journal of Adolescent health*, 49(5), 483-489.
- McCutcheon, L. E., Aruguete, M., Scott Jr, V. B., & VonWaldner, K. L. (2004). Preference for Solitude and Attitude Toward One's Favorite Celebrity. *North American Journal of Psychology*, 6(3).
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British journal of psychology*, 93(1), 67-87.
- Ramadhani, R. A. (2019). *Perilaku konsumsi dan produksi budaya penggemar pada komunitas army BTS jogja* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Celebrity worship, addiction and criminality. *Psychology, Crime & Law*, 13(6), 559-571.

- Sugiyono, (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. 34 Alfa Beta Bandung.
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Zamroni, M. (2009). Perkembangan teknologi komunikasi dan dampaknya terhadap kehidupan. *Jurnal Dakwah Vol. X No. 2 Juli-Desember 2009*.
- 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.