

Gambaran Kontrol Diri *Celebrity Worship* Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal

An Overview of Self-Restraint Celebrity Adoration in Early Adult K-Pop Entertainment

Elena Sari¹, Nursan Junita^{2*}

Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Malikussaleh
Jl. Cot Tengku Nie, Reuleut, Muara Batu, Aceh Utara 24355 – Indonesia

*Correspondence author: nursan.junita@unimal.ac.id

Abstract: *Self-control is still a problem for every individual, especially early adults. Individuals who enter the early adult development stage should be able to control themselves and suppress their desires regarding idol worship. But there are still early adult individuals who do celebrity worship so that it leads to irrational behavior. This study used a qualitative method with a purposive sampling technique. Collecting data using interviews, observation and documentation. The results showed that the three subjects had difficulty controlling time in carrying out K-Pop activities, making excessive purchases, having difficulty controlling emotions when their idols were insulted and making idols as role models in behavior and appearance. The three subjects are able to manage information wisely, understand the positive and negative impacts of idolization. But the subject also has positive sides of idolization such as being able to speak foreign languages, doing business, and making donations. However, internal factors affect celebrity worship self-control in early adult K-Pop fans, namely the three subjects have liked K-Pop for a long time so it is difficult to get rid of, as well as external factors from the three subjects who are influenced by friends, television and family.*

Keywords : *Celebrity Worship, Early Adult, Self Control*

Abstrak: Kontrol diri masih menjadi masalah setiap individu terutama dewasa awal, seharusnya individu yang memasuki tahap perkembangan dewasa awal mampu mengontrol diri dan menekan keinginannya terkait pemujaan terhadap idola. Namun masih ada individu dewasa awal yang melakukan *celebrity worship* sehingga mengarah pada perilaku irasional. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga subjek kesulitan mengontrol waktu dalam melakukan kegiatan K-Pop, melakukan pembelian yang berlebihan, kesulitan mengendalikan emosi saat idolanya dihina dan menjadikan idola sebagai panutan dalam berperilaku dan berpenampilan. Ketiga subjek mampu mengelola informasi dengan bijak, memahami dampak positif dan negatif dari pengidolaan. Namun subjek juga memiliki sisi positif dari pengidolaan seperti mampu berbahasa asing, berbisnis, dan melakukan donasi. Bagaimanapun faktor internal mempengaruhi kontrol diri *celebrity worship* pada penggemar K-Pop dewasa awal yaitu ketiga subjek sudah lama menyukai K-Pop sehingga susah untuk dihilangkan, begitupun faktor eksternal dari ketiga subjek yang terpengaruh oleh teman, televisi dan keluarga.

Kata kunci: *Celebrity Worship, Dewasa Awal, Kontrol Diri*

Pendahuluan

K-Popers merupakan sebutan bagi penggemar yang mengagumi idola yang berprofesi di bidang musik. Biasanya para penggemar menyukai satu atau lebih idola K-Pop dan rasa cinta yang ditunjukkan oleh penggemar terhadap idolanya diekspresikan dengan cara yang beragam, salah satunya dengan membeli karya musik idolanya secara digital atau album fisik (Fajariyani, 2018). Dengan keberadaan teknologi sekarang K-Popers tidak hanya bisa membeli karya musik idola secara *online*, bahkan mereka bisa berinteraksi dengan idolanya menggunakan fitur *live streaming* dan *live chat* di media sosial.

Andrew peneliti dari Universitas of Oxford mengemukakan bahwa durasi ideal untuk melakukan aktifitas *online* atau media sosial adalah sepanjang 257 menit atau sekitar 4 jam 17 menit (Fuadah, 2021). Namun para penggemar menghabiskan waktu lebih dari 4 jam perhari, hal ini dapat dilihat dari *survey* yang dilakukan oleh Kumparan yaitu sebanyak 56% penggemar menghabiskan waktu 1-5 jam untuk mencari tahu semua info idolanya di media sosial, dan sebanyak 28% penggemar menghabiskan waktu selama 6 jam lebih di media sosial untuk melihat setiap kegiatan idolanya (Kumparan.com, 2017).

Kegiatan yang dilakukan penggemar antara lain menyaksikan penampilan bias

melalui fitur *streaming*, melakukan transaksi jual-beli tiket konser dan barang-barang yang berkaitan dengan idola, bergabung dengan *fans kingdom* atau fandom, menggalang dana untuk sumbangan sosial dan memberikan hadiah pada idola, membuat dan berbagi *fanfiction*, yaitu karya tulis mengenai idola, melakukan *roleplay*, yaitu memainkan peran sebagai idola di media sosial, dan melakukan *fan war*, yaitu menyerang penggemar atau idola dengan tulisan kasar di media sosial atau mengirim pesan ancaman kematian kepada idola di berbagai situs *online* (Efathania & Aisyah, 2019).

Beberapa perilaku penggemar di atas menunjukkan adanya obsesi penggemar terhadap idola dan menggambarkan bentuk pemujaan pada selebriti, Pengidolaan atau pemujaan terhadap figur selebriti dikenal dengan istilah *celebrity worship* (pemujaan selebriti). *Celebrity worship* merupakan bentuk kekaguman dengan intensitas yang tidak wajar dan penghormatan terhadap idola (Maltby & Day, 2011). Rasa suka yang berlebihan membuat penggemar meniru kostum dan pakaian idola sukai, gaya dan warna rambut mereka pun segera dibuat mirip dengan idolanya (Supratman & Rafiqi, 2016). Selain itu penggemar K-Pop juga terkenal loyal terhadap idolanya, mereka tidak ragu dalam mengeluarkan uang untuk membeli pernak-pernik yang berkaitan

dengan idolanya seperti kaos, album musik, *photo card*, poster dan *light stick* (Nursanti, 2013).

Berdasarkan hasil wawancara pada beberapa subjek yang dilakukan pada tanggal 20 dan 27 April 2020. Subjek W dan C sudah menyukai K-Pop sejak SMP sedangkan subjek M menyukai K-Pop sejak SMA. Subjek mengidolakan artis Korea karena mereka terlihat sempurna baik dari segi penampilan atau pun fisik. Subjek juga suka mengkoleksi barang-barang yang berbau K-Pop seperti poster, aksesoris, make up, baju, album sehingga tak jarang subjek menghabiskan uang tabungannya dan meminjam uang kepada teman untuk membeli barang-barang K-Pop, subjek juga menghabiskan waktu kurang lebih 8 jam untuk menyaksikan *live streaming*, menonton drama Korea, *cover dance* dan mencari tau berita mengenai idola. Subjek juga mengikuti cara berpenampilan idola dengan menggunakan pakaian yang mini, mewarnai rambut, dan memakai riasan ala K-Pop.

Seseorang yang mempunyai kontrol diri memiliki kesiapan diri untuk berperilaku sesuai dengan tuntutan norma, adat, nilai-nilai yang bersumber dari ajaran agama serta tuntutan lingkungan masyarakat dimana dia tinggal (Hurlock, 2018). Namun hal ini bertolak belakang dengan subjek, dimana subjek tinggal di Aceh dengan

syari'at islam dan qanun-qanun yang cukup kental, tetapi subjek masih saja mengikuti *role model* Korea seperti mengkuncil rambut, memakai baju seksi, memakai rok di atas lutut dan merias dirinya dengan *make up* ala Korea. Sekadangkan islam menganjurkan untuk selalu merawat tubuh, melindungi tubuh dengan cara menutupinya dengan ajaran agama (Akbar, 2015).

Seharusnya seseorang yang memasuki tahap perkembangan dewasa awal mampu mengontrol diri mereka dan memiliki perkembangan moral yang baik, juga merupakan masa adaptasi dengan kehidupan di mana individu mulai membangun apa yang ada pada dirinya, mencapai kemandirian, menikah, mempunyai keturunan, dan membangun hubungan yang erat (Papalia, Old & Feldman, 2017). Setiap individu memiliki kontrol diri yang berbeda-beda, ada yang memiliki kontrol diri yang lemah dan kontrol diri yang kuat. Kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, memampukan individu dalam mengelola informasi yang diinginkan, dan kemampuan individu untuk memilih salah satu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini (Averill, 1973).

Kontrol diri sangat penting dimiliki individu, tanpa adanya kontrol diri individu akan berperilaku tanpa memikirkan dampak dari pengidolaan terhadap dirinya.

Penelitian yang dilakukan Lestari et al (2021) menunjukkan gambaran *celebrity worship* menampilkan perilaku obsesi kecintaan dan pemujaan irasional terhadap idola K-Pop yang disukai. Penelitian yang dilakukan oleh Malinda Fitria (2019) mengatakan semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki penggemar K-Pop maka pemujaan terhadap idola akan semakin rendah, sebaliknya jika kontrol diri yang dimiliki oleh penggemar rendah maka pemujaan terhadap idola akan semakin tinggi. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Chita et al (2015) mengatakan semakin tinggi *self control* maka semakin rendah perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion*, sebaliknya semakin rendah *self control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion*.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada realita sosial yang meneliti pada kondisi objek yang alamiah (Sugiyono, 2013). Studi kasus merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif di mana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktifitas terhadap satu atau lebih individu (Creswell, 2018)

Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, adalah teknik pengambilan sampel yang berdasarkan ketersediaan subjek yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan (Creswell, 2018). Sampel dalam penelitian ini adalah penggemar K-Pop dewasa awal yang berjumlah tiga orang. Karakteristik subjek dalam penelitian ini adalah :

1. Subjek bertempat tinggal di Aceh utara dan termasuk dalam kategori dewasa awal yaitu dengan rentang usia 18-40 tahun.
2. Subjek gemar membeli dan mengoleksi barang yang berhubungan dengan K-Pop.
3. Subjek menyukai K-Pop selama 5 tahun dan subjek mengubah penampilannya dengan meniru gaya idola.

Penelitian ini dilakukan di beberapa tempat yang ada di Aceh Utara yaitu Krueng Guekuh, BTN Arun dan Lhoksukon. Alasan peneliti melakukan penelitian di Aceh Utara karena peneliti melihat peristiwa *celebrity worship* terjadi di lokasi tersebut.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara adalah pengambilan data yang dilakukan melalui kegiatan komunikasi lisan dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur, dan tak terstruktur (Harahap, 2010). Model wawancara yang digunakan peneliti yaitu

wawancara semi terstruktur. Observasi teknik pengamatan yang dilakukan terhadap individu atau kelompok tertentu secara spesifik dengan pencatatan secara sistematis dan prosedural yang selanjutnya akan menjadi kesimpulan atau pemaknaan dari apa yang diamati (Kusdiyati & Fahmi, 2019). Dokumentasi yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2013).

Peneliti menggunakan beberapa jenis analisis data pada metode penelitian kualitatif menurut Creswell (2018) diantaranya, mempersiapkan data untuk dianalisis, membaca seluruh data yang diperoleh dan mereduksikan data tersebut

menjadi sebuah tema, memulai *coding* pada semua data, menerapkan *coding* untuk mendeskripsikan kategori dan tema yang akan dianalisis, menampilkan deskripsi dan tema yang akan disajikan dalam bentuk narasi dan menginterpretasikan data.

Triagulasi data digunakan untuk melihat keabsahan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triagulasi sumber dan triagulasi teknik. Adapun pengertian triagulasi sumber dan triagulasi teknik menurut Sugiyono (2013) yaitu triagulasi sumber ini melakukan pengecekan data dari sumber yang berbeda sehingga ditemukan kepastian data dan triagulasi teknik dilakukan untuk mengecek data dengan sumber yang sama namun menggunakan teknik yang berbeda.

Hasil

Hasil penelitian ini mengungkapkan gambaran kontrol diri *celebrity worship* pada penggemar K-Pop dewasa awal. Tujuan penelitian ini untuk melihat gambaran kontrol diri *celebrity worship* pada penggemar K-Pop dewasa awal dan faktor apa saja yang mempengaruhi kontrol diri *celebrity worship* pada penggemar K-Pop dewasa awal. Berdasarkan jawaban dari ketiga subjek penelitian, berikut merupakan hasil penelitiannya :

1. Gambaran kontrol diri *celebrity worship* pada penggemar K-Pop dewasa awal.
 - a. Kontrol Perilaku (*Behavior Control*)

Dari hasil wawancara ketiga subjek. subjek menghabiskan waktu sekitar 5-8 jam sehari hanya untuk mencari tau informasi mengenai idola atau K-Pop di media sosial dan aktifitas K-Pop lainnya, subjek mengatakan mengoleksi barang merupakan suatu hal yang wajib serta sebagai identitas penggemar, hal ini membuat subjek tidak bisa mengendalikan diri untuk tidak membeli barang-barang K-Pop sehingga subjek P menghabiskan uang sekitar 13 juta untuk barang koleksi dan mengikuti audisi K-Pop, subjek T menghabiskan uang 35 juta untuk barang dan tiket konser *online* sedangkan subjek subjek N menghabiskan uang

sebanyak 8 juta untuk acara komunitas dan barang koleksi. ketiga subjek memiliki ikatan emosional terhadap idolanya di mana subjek P menangis dan panik ketika mendengar berita idolanya meninggal, sedangkan subjek T dan N merasa sedih saat idolanya tertimpa musibah dan takut idolanya tidak bisa kembali ke dunia K-Pop sehingga subjek mendo'akan kesembuhan sang idola. Subjek T dan N marah jika ada orang yang menghina idola atau kegemarannya terhadap K-Pop sehingga subjek menghapus kontak orang tersebut dan terlibat perselisihan sedangkan subjek P tidak menghiraukan kritikan dari orang lain mengenai kegemarannya. Subjek P merasa histeris dan heboh saat melihat gambar atau tulisan grub band sang idola, ketiga subjek menganggap idola sebagai kekasihnya sehingga subjek menyimpan foto idola di dalam dompet dan mengedit video berkeluarga dengan idola. Subjek P dan T menghias ruangan serta membeli kue untuk merayakan ulang tahun idola. dan ketiga subjek mengubah cara berpenampilannya menjadi gaya *Korean style* dan subjek juga melakukan kegiatan donasi atas nama idola. Ketiga subjek juga memperoleh hal positif dari pengidolaan seperti belajar bahasa asing, memulai bisnis dan mencontoh perilaku positif dari idolanya.

b. Kontrol Kognitif (*Cognitive Control*)

Berdasarkan hasil wawancara dari ketiga subjek. Subjek mengatakan setiap orang memiliki sisi fanatiknya masing-masing dan subjek menilai penggemar fanatik sebagai orang yang tidak bisa memisahkan baik dan buruk, mentuhankan idola, tidak mau berinteraksi hanya fokus pada idola, mengagap idola miliknya, merugikan diri sendiri dan orang lain. Ketiga subjek tidak percaya dengan berita *hoax* tentang idolanya, subjek lebih percaya dengan idola dan menunggu berita di akun resmi serta klarifikasi dari pihak agensi mengenai berita tersebut. Ketiga subjek juga mengetahui dampak negatif dan positif dalam menyukai K-Pop bagi dirinya. Selain itu subjek menilai idola sebagai orang yang positif serta menginspirasi melalui karya-karya yang diciptakan oleh idola.

c. Kontrol Keputusan (*Decisional Control*)

Berdasarkan hasil wawancara dari ketiga subjek memutuskan untuk mengikuti gaya berpenampilan *Korean style* karena menyukainya dan terlihat keren. Subjek P memutuskan untuk mewarnai rambutnya karena kompetisi K-Pop, subjek juga memutuskan untuk mengikuti audisi K-Pop tanpa sepengetahuan keluarga dan tetap mengikuti audisi ke Jakarta tanpa restu orang tua. Subjek P memilih menunda dan meninggalkan shalat karena kelas *dance online*. Subjek T tidak melakukan pertimbangan saat membeli tiket konser subjek langsung membelinya sedangkan untuk barang K-Pop subjek melakukan pertimbangan sebelum

membelinya. Subjek memutuskan untuk menyisihkan uang dan memulai bisnis *online shop* untuk memenuhi aktifitas K-Popnya. Sedangkan subjek N memilih mendahulukan kegiatan komunitasnya dari pada tugas kampusnya dan sering menunda atau meninggal shalat karena hal tersebut, jika dalam pembelian barang subjek N akan melakukan pertimbangan terlebih dulu sebelum memutuskan untuk membelinya.

2. Faktor yang mempengaruhi kontrol diri *celebrity worship* pada penggemar K-Pop dewasa awal

a. Faktor Internal

Berdasarkan hasil wawancara dari ketiga subjek dapat diketahui bahwa ketiga subjek memiliki ketertarikan dalam dirinya terhadap idola sehingga membuat ketiga subjek tetap menjadi penggemar K-Pop sampai sekarang. Subjek W sudah menjadi penggemar selama 13 tahun, subjek T 14 tahun dan subjek N 9 tahun sehingga sulit bagi ketiga subjek untuk tidak menyukai K-Pop lagi karena hal tersebut sudah menjadi kebiasa dan sulit untuk dihilangkan.

b. Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil wawancara dari ketiga subjek dapat diketahui bahwa ketiga subjek menyukai K-Pop karena terpegaruh lingkungan sekitar seperti televisi, teman dan keluarga. Keluarga juga tidak melarang dan tidak terlalu peduli dengan kegemaran subjek terhadap K-Pop sehingga sering membiarkan apa yang subjek lakukan, seperti mengubah cara berpenampilan dan membeli barang-barang K-Pop secara berlebihan.

Diskusi

Hasil penelitian pada kontrol perilaku mengungkapkan bahwa ketiga subjek melakukan kegiatan pengidolaan dengan menghabiskan waktu sekitar 5-8 jam sehari hanya untuk mencari tau informasi mengenai idola dan K-Pop serta mengkoleksi barang adalah suatu hal yang wajib dan identitas penggemar sehingga subjek tidak bisa mengontrol diri untuk tidak membeli barang koleksian serta menghabiskan uang sampai 8-35 juta untuk membeli barang koleksian dan tiket konser. Namun salah satu

subjek yaitu T mengatakan untuk memenuhi kebutuhannya dalam mengoleksi barang-barang K-Pop subjek memulai usaha *online shop*. Pada penelitian yang dilakukan Reeves et al (2012) ditemukan bahwa semakin tinggi perilaku *celebrity worship* seseorang maka makin tinggi juga tingkat pembelian dan tingkat materialisme seseorang, hal tersebut membuat penggemar terdorong secara sadar dan rela menghabiskan waktu, tenaga, bahkan uangnya untuk sang idola (Veronica & Paramita, 2019).

Ayu dan Astiti (2020) mengatakan penggemar merasakan empati terhadap

idola seperti perasaan ikut merasa apabila terjadi sesuatu terhadap idola mereka. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan, ketiga Subjek merasa memiliki ikatan emosional dengan idolanya, ketika idolanya meninggal subjek P menangis dan panik. Sedangkan subjek T dan N ketika idolanya mengalami musibah subjek merasa sedih dan takut idolanya tidak bisa kembali lagi ke dunia K-Pop sehingga subjek mendo'akan kesembuhan idolanya.

Subjek P tidak memperdulikan kritikan dari orang lain mengenai dirinya namun subjek T dan N marah jika ada orang yang menjelekkkan dan menghina idola atau kegemarannya terhadap idola sehingga subjek menghapus kontak dan terlibat perselisian. Hal ini sejalan dengan penelitian Etikasari (2018) penggemar K-Pop memiliki kesulitan dalam mengendalikan perilaku dan emosi ketika seseorang mengejek idolanya.

Penelitian oleh Darfiyanti dan Putra (2012), menyatakan keterkaitan antara pemujaan terhadap idolak K-Pop dengan intimate relationship terletak pada kriteria pasangan ideal. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian di mana ketiga subjek menganggap idola sebagai belahan jiwanya, serta subjek menyimpan foto idola di dalam dompetnya dan mengedit video berkeluarga bersama idola serta menandai idola dalam postingannya. Subjek P dan T membeli kue dan mendekor ruangan untuk merayakan

ulang tahun idola, subjek juga kerap merayakan uang tahunnya dengan foto atau video idolanya dan subjek P juga histeris dan heboh jika melihat gambar atau tulisan grub band idolanya. Hal ini sejalan dengan penelitian Lestari et al (2021) yang mengatakan penggemar kerap menampilkan perilaku obsesi kecintaan dan pemujaan irasional terhadap idola K-Pop.

Ketiga subjek menganggap idola sebagai panutannya sehingga subjek meniru cara berpakaian idola dimana ketiga subjek tidak memakai jilbab, memakai pakaian seperti idola, salah satu subjek yaitu P sampai mewarnai rambutnya dengan warna pirang dan merah muda. Namun hal tersebut bertentangan dengan norma-norma yang ada di tempat tinggal subjek karena ke tiga subjek tinggal di Aceh. Selain itu subjek N juga mencontoh perilaku yang positif dari idola yaitu membersihkan meja setelah makan. Hal ini juga dukung oleh penelitian Rafsanjani (2014) mengatakan bahwa banyak dari penggemar K-Pop yang menjadikan idola mereka sebagai motivasi dalam berkarya, mengimitasi serta mengidentifikasi gaya hidup idola.

Berdasarkan hasil penelitian subjek P dan N melakukan kegiatan donasi untuk memperingati hari ulang tahun idolanya. Efathania dan Aisyah (2019) mengatakan salah satu kegiatan yang dilakukan penggemar terhadap idolanya adalah

menggalang dana untuk sumbangan sosial atas nama idola.

Sheridan (2007) dampak positif dari *celebrity worship* membuat seseorang termotivasi untuk melakukan suatu kegiatan tertentu. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan dimana subjek mengikuti audisi K-Pop, belajar bahasa Korea, mencontoh perilaku yang positif dari idola, menjadi *content creator* dan memulai bisnis *online shop* untuk memenuhi kebutuhannya dalam kegiatan pengidolaan.

Pada kognitif kontrol ke tiga subjek mampu menafsirkan pengemar fanatik dan Subjek menilai idola sebagai orang yang positif serta menginspirasi melalui karya-karya yang diciptakan oleh idola dan membuat subjek ingin menjadi K-Pop karena hal-hal positif yang dinilai dari idolanya. Hal ini sesuai dengan teori yang dinyatakan Ghurfon (2017) penilaian yang dilakukan individu adalah usah untuk menilai dan menafsirkan suatu keadaan dengan memperhatikan segi-segi positif secara subjektif.

Ketiga subjek tidak percaya dengan berita *hoax* tentang idolanya, subjek percaya dengan idolanya yang tidak pernah melanggar janji, subjek juga mencari atau menunggu berita di akun resmi serta klarifikasi dari pihak agensi idolanya. Hal ini sejalan dengan penelitian Rinata dan Dewi (2019) untuk mencari tahu kredibilitas

informasi idola, penggemar cenderung mencari klarifikasi kebenaran suatu berita dari sumber-sumber yang dipercaya seperti akun official instagram idola dan agensi idola.

Selanjutnya pada kontrol keputusan subjek P memutuskan untuk berpenampilan seperti idola dan mewarnai rambutnya demi kompetisi, subjek juga memutuskan untuk mengikuti audisi K-Pop tanpa memberitahu keluarga, dan memutuskan ke Jakarta mengikuti audisi tanpa restu orang tua. Subjek P dan N memilih untuk menunda shalat karena acara komunitas dan kelas *dance online*, Jika dalam hal membeli tiket konser *online* subjek T dan N tidak pernah menimbanginya subjek langsung memutuskan membelinya namun jika barang-barang K-Pop menimbang bagus tidaknya barang tersebut untuk dibeli oleh karena itu subjek menyisihkan uang jajannya dan subjek T memutuskan memulai usah untuk memenuhi kebutuhannya. Seperti pada penelitian Etikasari (2018) penggemar K-Pop lebih mementingkan K-Pop dibandingkan urusan lain. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Ghurfon (2017) individu memilih suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang disutuhnya.

Hasil penemuan penelitian selanjutnya yaitu diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri dewasa awal masih memiliki *celebrity worship* yaitu dari

faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi ketiga subjek karena subjek memiliki ketertarikan terhadap idola dalam dirinya, Hal ini sesuai dengan penelitian Lestari et al (2021) yang mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi *celebrity worship* adalah faktor dalam diri di mana penggemar memiliki ketertarikan dalam dirinya terhadap idola baik dari segi penampilan fisik, kemampuan dan sikap sang idola yang disukai.

Subjek P telah menjadi penggemar K-Pop selama 13, subjek T 14 tahun dan subjek N 9 tahun sehingga ketiga subjek sudah terbiasa dengan K-Pop dan susah untuk dihilangkan. Penemuan ini didukung oleh hasil penelitian Ayu & Astiti (2020) yang menyebutkan bahwa salah satu dampak negatif dari adanya *celebrity worship* yaitu adanya hubungan ketergantungan.

Selanjutnya faktor eksternal pada faktor ini ketiga subjek karena terpengaruh dari televisi, teman, dan keluarga. Ketiga subjek menghabiskan banyak uang untuk mengkoleksi barang K-Pop serta mengikuti gaya berpenampilan idola namun ketiga keluarga subjek tidak terlalu peduli dengan kegemaran subjek dan tidak melarangnya dengan tegas, hal ini membuat ketiga subjek terus menerus melakukan pemujaan terhadap idola. Penelitian Lestari et al (2021) mengatakan faktor eksternal yang

mempengaruhi penggemar masih melakukan perilaku *celebrity worship* adalah lingkungan keluarga, teman dan perkembangan teknologi sangat mempengaruhi penggemar melakukan pemujaan terhadap selebriti. Kurangnya perhatian orang tua menyebabkan individu mencari kepuasan lain dengan mengidolakan dan menjadikan selebriti sebagai *role model*, sehingga pengawasan orang tua diperlukan untuk menghindari perilaku *celebrity worship* yang berlebihan (Made & Wulandari, 2020).

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa gambaran kontrol diri *celebrity worship* pada penggemar K-Pop dewasa awal yaitu ketiga subjek menghabiskan banyak waktu dalam mengikuti kegiatan pengidolaan di mana subjek menghabiskan sekitar 5-8 jam perhari. Selain itu ketiga subjek merasa kesulitan dalam mengontrol diri untuk tidak membeli barang K-Pop sehingga menjadi boros dan berperilaku konsumtif. Subjek juga memiliki kesulitan dalam mengendalikan emosi dan perilakunya di mana subjek marah jika idola atau kegemarannya dihina dan bereaksi berlebihan ketika melihat idola. Ketiga subjek mampu mengelola informasi dengan bijak dan memahami dampak positif dan

negatif menjadi K-Popers. Ketiga subjek lebih mengutamakan kepentingan K-Pop seperti memutuskan mengubah penampilan, meninggalkan shalat karena kelas *dance* atau acara komunitas, namun subjek juga memiliki sisi positif dalam pengidolaan seperti mampu berbahasa asing, memulai usaha *online shop*, menjadi *content creator* lebih percaya diri dan melakukan kegiatan donasi.

Faktor yang mempengaruhi kontrol diri *celebrity worship* penggemar K-Pop dewasa awal yaitu faktor internal dalam hal ini penggemar memiliki ketertarikan kepada idola dan sudah menyukai K-Pop sangat lama sehingga subjek merasa kesulitan untuk menghilangkan K-Pop dalam dirinya. faktor eksternal pada penggemar K-Pop yaitu pengaruh televisi, teman dan keluarga.

Saran

Bagi subjek yang berada di fase dewasa awal yang masih menyukai sosok idola agar lebih bijak dalam melakukan kegiatan pengidolaan dan lebih mempertimbangkan dampak positif dan negatif dari kegiatan pengidolaan seperti masalah pembelian barang serta gaya berpenampilan dan bagi orang tua disarankan senantiasa mengawasi anaknya untuk mencegah dampak negatif dari *celebrity worship* yang berlebihan. Selain itu orang tua sebisa mungkin untuk menjadi *role model* yang baik bagi anak, agar anak tidak mencontoh *role model* yang salah. Orang tua juga perlu mengontrol dan

mengetahui pengelolaan keuangan serta kebutuhan anak agar dapat memastikan anak tidak berlebihan dalam melakukan pembelian barang-barang K-Pop. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan penelitian ini bisa mengembangkan faktor-faktor lain seperti religiusitas dan *self acceptance*. Selain itu dapat pula melanjutkan masalah yang sama dengan metode yang berbeda sehingga akan memperkaya bahasan gambaran kontrol diri *celebrity worship* pada penggemar K-Pop dewasa awal misalnya dengan menggunakan metode *grounded theory*, sehingga dapat memperoleh informasi lebih mendalam dan ditemukan teori baru atau mengembangkan teori yang ada.

Referensi

- Akbar, E. (2015). Kebijakan Syari'at Islam Dalam Berbusana Islami Sebagai Pemenuhan Hak-Hak Anak Perempuan. *Musāwa Jurnal Studi Gender Dan Islam*, 14(2), 157. <https://doi.org/10.14421/musawa.2015.142.157-170>
- Ayu, Wayan Ni, R.S, & Astiti, D. P. (2020). Gambaran Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop. *Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 2720–8958.
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik*, 3(1). <https://doi.org/10.35790/ebm.3.1.2015.7124>
- Creswell, J.W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design : Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. (5 ed). Los Angeles: Sage Publications, Inc.
- Darfiyanti, D., & Putra, M. B. (2012). Pemujaan terhadap Idola Pop sebagai Dasar Intimate Relationship pada Dewasa Awal: Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*, 1(2), 53-60.
- Efathania, V. N., & Aisyah. (2019). Hubungan antara Big Five Personality Trait dengan Celebrity Worship pada Dewasa Muda Penggemar K-Pop di Sosial Media. *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 10(01), 1–16. <https://doi.org/10.35814/mindset.v10i01.734>
- Etikasari, Y. (2018). Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop (K-Popers). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(3), 190–202.
- Fajariyani, R. (2018). Hubungan Kontrol Diri Dengan Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop (Skripsi). Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia.
- Feist, J., Feist, G. J., & Robert, T. A. (2017). *Teori Kepribadian*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Fitriana, M. (2019). Hubungan Kontrol Diri Dengan Pemujaan Terhadap Idola Pada Remaja Penggemar K-Pop. Psikoborneo: *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 450–456. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/4804>
- Fuadah, D. Z. (2021). Intervensi Mindfulness Attention Awareness untuk Mencegah Kecanduan Gadget pada Remaja Setingkat SMA. Darmabakti: *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 38–45. <https://doi.org/10.31102/darmabakti.2021.2.1.38-45>
- Kumaran. (2017). Kumaran. Retrieved Mei 7, 2017, from Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan bumbu remaja: <https://kumaran.com/niken-nurani/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja>

- Kusdiyati, S., & Fahmi, I. (2019). *Observasi Psikologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Lestari, I, Zaharuddin, & Afifah, S. (2021). Celebrity worship pada dewasa awal penggemar K-Pop di Palembang. *Indonesia Journal of Behavioral Studies*,1(1), 29-41.
- Made, N., & Wulandari, A. (2020). Perilaku Remja Penggemar Korean Wave : Systematic Riview. *Jurnal Kesehatan STIKES Telogorejo*, 12 (2), 13-24.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.12.014>
- Nursanti, M.I. (2013). Analisis deskriptif penggemar K-Pop sebagai audiens media dalam mengonsumsi dan memaknai tes budaya (Skripsi). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Papalia, D.E., Old, S.W., & Feldman, R.D. (2017). *Human Developmen (Psikologi Perkembangan)*. Jakarta: Kencana.
- Rafsanjani, A. (2014). Analisis perilaku fanatisme penggemar boyband korea (studi pada komunitas safel dance club). Skripsi.
- Reeves, R. A., Baker, G. A., & Truluck, C. S. (2012). Celebrity Worship, Materialism, Compulsive Buying, and the Empty Self. *Psychology and Marketing*, Vol. 29, 674-679.
- Rinata, R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop dalam Bermedia Sosial di Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13-23.
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Celebrity Worship, Addiction And Criminality. *Psychologi, Crime and Law*, 13 (6), 559-671. <https://doi.org/10.1080/10683160601160653>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Supratman, L. P. & Rafiqi, A. (2016). Kajian Etnografi Komunikasi Pada Gaya Berkomunikasi Komunitas Hansamo Modern Dance Boys Di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(1), 1-9. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol4n1.1>
- Veronica, M., Paramita, S., & Utami, L. S. (2018). Eksploitasi Loyalitas Penggemar Dalam Pembelian Album Kpop. *Jurnal Koneksi*, 433-440. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3920>