



SELF-ESTEEM, CELEBRITY WORSHIP AND PSYCHOLOGICAL WELL-BEING IN K-POP FANS

HARGA DIRI, CELEBRITY WORSHIP DAN PSYCHOLOGICAL WELL-BEING PADA PENGGEMAR K-POP

Khalisha Muti Aulia

Magister Profesi Psikologi Klinis, Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma

E-mail: khalishamuti77@gmail.com

ARTICLE INFO

Correspondent

Khalisha Muti Aulia
khalishamuti77@gmail.com

Key words:

self esteem, celebrity worship, psychological well-being, K-pop fans

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 400 – 407

ABSTRACT

In Indonesia a phenomenon culture Korea very popular among adolescent and adult. Idolize Korean celebrities influence the fans K pop for change attitude and behavior in a positive direction. Behavior positive K-pop fans can influence psychological well-being. There is a number of things that can be improve Psychological well-being in K-pop fans among them self- esteem and celebrity worship. This study aims to determine the influence of self-esteem and celebrity worship on psychological well-being in K-pop fans. This study involved 113 K-pop fans. The sampling technique was determined using a purposive sampling with criteria range aged 18-25 years. Data collection for this study used a questionnaire method. This study use data analysis technique with multiple linear regression test using the SPSS (Statistical Package for Social Science) computer program version 26.0 for Mac Os. Research results This showing that there is influence between self-esteem and celebrity worship on psychological well-being was 0.990 ($p < .05$). study This showing that self-esteem has a strongest influence than celebrity worship.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Koresponden Khalisha Muti Aulia <i>khalishamuti77@gmail.com</i></p> <p>Kata kunci: harga diri, celebrity worship, psychological well-being, penggemar K-pop</p> <p>Website: https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</p> <p>Hal: 400 - 407</p>	<p>Di Indonesia fenomena budaya korea sangat populer di kalangan remaja dan dewasa. Mengidolakan selebriti Korea mempengaruhi para penggemar k-pop untuk merubah sikap dan perilaku kearah yang positif. Perilaku positif penggemar K-pop dapat mempengaruhi <i>psychological well-being</i>. Terdapat beberapa hal yang dapat meningkatkan <i>psychological well-being</i> pada penggemar K-pop diantaranya harga diri dan <i>celebrity worship</i>. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga diri dan <i>celebrity worship</i> terhadap <i>psychological well-being</i> pada penggemar K-pop. Penelitian ini melibatkan 113 orang penggemar K-pop. Teknik pengambilan sampel ditentukan dengan <i>purposive sampling</i> dengan kriteria rentang usia 18-25 tahun. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan uji regresi linier berganda dengan menggunakan program komputer SPSS (<i>Statistical Package for Social Science</i>) versi 26.0 for Mac Os. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara harga diri dan <i>celebrity worship</i> terhadap <i>psychological well-being</i> sebesar 0.990 ($p < .05$). penelitian ini menunjukkan bahwa harga diri memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan <i>celebrity worship</i>.</p> <p style="text-align: right;"><i>Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.</i></p>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi semakin maju dan canggih tampaknya sangat memudahkan individu untuk memperoleh informasi baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri, tidak hanya informasi yang dapat disebarkan dengan cepat tetapi adanya kecanggih- han teknologi bahkan budaya dapat dengan mudah disebarkan ke seluruh dunia (McQuail, 2010). Salah satu budaya yang sedang populer di Indonesia adalah budaya Korea atau biasa disebut sebagai gelombang Korean (*Korean wave*) atau Hallyu, di Indonesia budaya Korea disebarkan melalui media sosial yang giat untuk memperkenalkan budaya tersebut.

Budaya Korea sangat populer dikalangan remaja dan dewasa baik perempuan maupun laki-laki usia belasan tahun hingga tiga puluhan tahun (Rinata & Dewi, 2019). Banyak dari kalangan masyarakat Indonesia yang mengaku menjadi penggemar selebritis yang berasal dari negeri gingseng tersebut (Kaparang dalam Etikasari, 2018).

Aktivitas yang sering dilakukan *K-Poppers* antara lain mengikuti perkembangan idolanya melalui platform media sosial, mengoleksi album, *merchandise*, bergabung dalam komunitas sesama penggemar, serta mengunduh *music video*, lagu, konser dan *variety show* yang menampilkan idolanya. Menurut Boon dan Lomora (dalam Gumelar, Almaida & Laksmiwati, 2021) menjelaskan bahwa 75% individu pada

masa dewasa awal memiliki ketertarikan yang kuat terhadap selebriti dalam kehidupannya, seperti idola pop, bintang film, dan sebagainya. Rentang usia dewasa awal dimulai dari 18-25 tahun (Santrock, 2011).

Menurut Wijayanti (2021) menjadi penggemar *K-pop* dapat memberikan pengaruh terhadap perubahan sikap, perilaku, emosi serta kepribadian, dimana para penggemar dapat lebih mengenali diri mereka sendiri, dapat menerima kelebihan dan kekurangan mereka, dapat berpikiran positif dalam berbagai hal serta mampu mencintai diri sendiri dengan apa adanya tanpa terganggu dengan pendapat orang lain.

Hal-hal tersebutlah yang dapat meningkatkan *psychological well-being* bagi para penggemar *K-pop*. *Psychological well-being* dikembangkan berdasarkan konsep fungsi psikologi positif yang di definisikan sebagai kondisi individu yang memiliki kemampuan dalam menentukan keputusan hidupnya secara mandiri, mampu menguasai lingkungan secara efektif, mampu menjalin hubungan positif dengan orang lain, mampu menentukandan menjalankan arah dan tujuan hidup, mampu menerima diri secara positif, dan mengembangkan potensinya dari waktu ke waktu (Ryff, 1989).

Terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi *psychological well-being* yaitu, faktor internal yang meliputi usia, jenis kelamin, evaluasi terhadap bidang-bidang tertentu, dan kepribadian serta faktor eksternal yang meliputi status sosial ekonomi, budaya, dukungan sosial, dan motivasi. Baldwin dan Hoffman (dalam Ubaidillah & Primanita, 2023) berpendapat bahwa harga diri merupakan salah satu konsep yang mampu meningkatkan *psychological well-being*.

Menurut Rosenberg (1965) harga diri merupakan penilaian mengenai dirinya secara positif maupun negatif. Harga diri dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor individu, faktor orangtua, faktor sosial, dan faktor peran pengganti (Stuart, 2012). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fauziah dan Fatimah (2021) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara harga diri dengan *psychological well-being*.

Ketika seseorang memiliki tingkat harga diri yang tinggi maka akan cenderung memiliki perilaku yang positif, sedangkan seseorang dengan tingkat harga diri yang rendah cenderung akan mengurung diri dan memilih untuk menyendiri. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Reeves, Baker, dan Truluck (2012) ditemukan bahwa seseorang yang hidup dalam individualisme cenderung merasa kosong dan memiliki harga diri rendah yang dapat menjadi prediktor munculnya *celebrity worship* pada seseorang. Seseorang dengan harga diri rendah cenderung merasa takut akan mendapatkan penolakan sosial dan mengalami kesulitan ketika dirinya dihadapkan dengan penolakan dari sekitarnya, sehingga individu melakukan *celebrity worship* sebagai alternatif dalam menjalin hubungan (Sitasari, dalam Zahra & Wulandari, 2021).

Berdasarkan keterangan dari Maltby et al (2006) *celebrity worship* adalah identitas struktur yang terdapat di dalam diri individu yang membantu psikologis terhadap *celebrity* idola dalam upaya untuk membangun sebuah identitas diri dan rasa pemenuhan dalam diri individu tersebut. Maltby (dalam Mandas, Suroso & Sarwindah, 2018) juga menjelaskan bahwa *celebrity worship* terjadi karena dipengaruhi oleh kebiasaan-kebiasaan seperti melihat, mendengar, membaca, dan

mempelajari tentang kehidupan idola secara berlebihan hingga menimbulkan sifat empati, identifikasi, obsesi, dan asosiasi yang menimbulkan konformitas.

Terdapat indikasi bahwa orang dengan *celebrity worship* memiliki *psychological well-being* yang tinggi dari pada yang tidak. Seperti penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Azzahra dan Ariana (2021) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kedua variabel tersebut dimana orang dengan *celebrity worship* yang tinggi akan memiliki *psychological well-being* yang tinggi juga.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh harga diri dan *celebrity worship* terhadap *psychological well-being* pada penggemar *K-pop*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini melibatkan 113 orang sebagai partisipan dengan rentang usia 18-25 tahun, diantaranya adalah laki-laki sebanyak 39 orang dan perempuan sebanyak 74 orang. Teknik pengambilan sampel ditentukan dengan teknik *non-probability sampling*, yaitu menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria penggemar *K-pop*.

Pada penelitian ini, variabel harga diri diukur menggunakan *Rosenberg Self Esteem Scale* (RSES) dari Rosenberg (1965) yang sudah diterjemahkan, serta terdiri dari dua aspek yaitu *self-competence* dan *self-liking*. Skala ini terdiri dari 10 butir aitem. Salah satu contoh dari aitem ini adalah "secara keseluruhan, saya puas dengan diri saya sendiri". Skala ini memiliki kategori respon mulai dari Sangat Sesuai hingga Sangat Tidak Sesuai dengan rentang skor 1-5. Setelah melalui perhitungan daya diskriminasi aitem, terdapat dua aitem yang gugur. Jumlah aitem yang tersisa adalah 8 butir, dengan reliabilitas sebesar 0,95.

Kemudian untuk variabel *celebrity worship* diukur menggunakan *Celebrity Worship Scale* (CWS) yang sudah diterjemahkan, terdiri dari tiga dimensi yaitu *entertainment social value*, *intense personal feeling*, dan *borderline pathological tendency*. Skala ini terdiri dari 18 butir aitem. Salah satu contoh dari aitem ini adalah "saya hanya bahagia ketika menonton video idola yang saya sukai". Skala ini memiliki kategori respon mulai dari Sangat Sesuai hingga Sangat Tidak Sesuai dengan rentang skor 1-5. Setelah melalui perhitungan daya diskriminasi aitem, terdapat dua aitem yang gugur. Jumlah aitem yang tersisa adalah 8 butir, dengan reliabilitas sebesar 0,87. Selanjutnya, untuk variabel *psychological well-being* dalam penelitian ini diukur dengan *Ryff's Psychological Well-Being Scale* (RPWB) yang sudah diterjemahkan, serta terdiri dari lima dimensi yaitu *self acceptance*, *positive relations with other*, *autonomy*, *environmental mastery*, *purpose of life*, dan *personal growth*. Skala ini terdiri dari 18 aitem. Salah satu contoh dari aitem ini adalah "saya menyukai kepribadian diri saya". Skala ini memiliki kategori respon mulai dari Sangat Sesuai hingga Sangat Tidak Sesuai dengan rentang skor 1-5. Setelah melalui perhitungan daya diskriminasi aitem, terdapat dua aitem yang gugur. Jumlah aitem yang tersisa adalah 14 butir, dengan reliabilitas sebesar 0,94.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan uji regresi linear berganda dengan bantuan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 26.0 for Mac Os. Sementara itu data-data deskriptif lainnya dipaparkan dengan menggunakan perhitungan presentase.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan-temuan yang terkait dengan data demografis dapat dilihat pada tabel 1. Paparan data pada tabel 1, berisikan data perihal jenis kelamin dan rentang usia dari partisipan. Dapat dilihat bahwa perempuan lebih mendominasi dibandingkan dengan laki-laki. Serta dari rentang usia 18-25 tahun, usia 20 tahun yang paling banyak mengisi. Hal ini sejalan dengan pernyataan dari Gumelar, Almaida, dan Laksmiwati (2021) bahwa penggemar *K-pop* di Indonesia di dominasi oleh perempuan yang sebagian besar berada pada rentang usia dewasa awal.

Tabel 1. Deskripsi Data Demografis

Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin		
Perempuan	74	66.5%
Laki-Laki	39	34.5%
Usia		
18	5	4.4%
19	10	8.8%
20	25	22.1%
21	17	15%
22	12	10.6%
23	19	16.8%
24	14	12.4%
25	11	9.7%

Tabel 2. Koefisiensi Regresi Harga Diri, *Celebrity Worship* terhadap *Psychological Well-Being*

Model	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
(Constant)	-11.932	1.143		-10.438	.000
Harga Diri	.984	.010	.993	101.783	.000
<i>Celebrity Worship</i>	-.060	.016	-.038	-3.880	.000

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Harga Diri, *Celebrity Worship* terhadap *Psychological Well-Being*

F	Sig.	p	R Square
5209.708	.000	≤0.05	.990

Pada Tabel 2, diperoleh nilai koefisien signifikansi pada variabel harga diri sebesar 0.000 ($p < .05$) dengan $\beta = .993$ atau sebesar 99,3%. Sedangkan, pada variabel *celebrity worship* diperoleh hasil koefisiensi signifikansi sebesar 0.000 ($p < .05$) dengan $\beta = -.038$ atau sebesar 3,8%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut signifikansi mempengaruhi *psychological well-being* penggemar *K-pop*.

Selanjutnya, pada paparan Tabel 3 diperoleh nilai F sebesar 5209.708 dan koefisien signifikansi sebesar 0.000 ($p < .05$), hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikansi antara harga diri dan *celebrity worship* terhadap *psychological well-being* pada penggemar *K-pop*. Selain itu, didapatkan juga nilai R square sebesar 0.990, yang

menunjukkan bahwa harga diri dan *celebrity worship* bersama-sama mempengaruhi *psychological well-being* sebesar 99%.

Riset ini menunjukkan bahwa harga diri menjadi prediktor yang sangat kuat. Hal ini didukung oleh Steinberg (dalam Triwahyuningsih, 2017) yang menyatakan bahwa harga diri yang tinggi akan berfungsi sebagai pelindung bagi munculnya gangguan psikologis yang dirasakan serta dapat meningkatkan *psychological well-being*. Ketika seseorang memiliki harga diri yang tinggi maka akan membangkitkan rasa percaya diri, rasa yakin akan kemampuan diri, rasa berguna serta rasa bahwa kehadirannya diperlukan (Siregar, 2017). Pada penggemar *K-pop* membangkitkan harga diri dilakukan dengan cara menjadikan idolanya sebagai *role model* yang dapat memotivasi tindakan yang dilakukan sehari-hari kearah yang lebih positif, mulai dari mengganti *style fashion* hingga mengikuti beberapa kebiasaan dari idolanya (Hakim et al, 2021).

Pengaruh lain yang memiliki peran terhadap *psychological well-being* dalam riset ini adalah *celebrity worship*. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Nurohmah dan Prakoso (2019) yang menyatakan bahwa *celebrity worship* adalah prediktor yang cukup kuat untuk mempengaruhi *psychological well-being* pada penggemar *K-pop*. Contoh bentuk dari *celebrity worship* pada penggemar yang baik adalah melakukan donasi pada orang yang membutuhkan, sikap ini memperlihatkan bahwa penggemar dapat mewujudkan kondisi *psychological well-being* yang baik terutama pada dimensi *positive relations with others dan purpose of life* dimana seseorang mampu memberikan empati pada orang lain dengan melakukan kegiatan yang bermakna namun tidak hanya untuk diri sendiri tetapi juga untuk orang lain (Handayani, Faradiba & Aisyah, 2022).

Pada penelitian ini, diketahui bahwa harga diri dan *celebrity worship* merupakan dua prediktor yang mempengaruhi *psychological well-being* pada penggemar *K-pop*. Jamilah dan Budiman (2020) yang menyatakan bahwa *celebrity worship* merupakan salah satu prediktor yang dapat berkontribusi terhadap *psychological well-being*. Selanjutnya, Rohimatuzahroh, Suprihatin, dan Fitriani (2020) juga menambahkan bahwa harga diri turut menjadi faktor utama yang mempengaruhi *psychological well-being*, dimana ketika seseorang mampu menilai dirinya secara positif maka kemungkinan besar dapat mengurangi *distress* sehingga meningkatkan *psychological well-being* dirinya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa harga diri dan *celebrity worship* baik sendiri maupun bersama-sama dapat mempengaruhi *psychological well-being*. Penggemar *K-pop* dengan tingkat harga diri yang tinggi dan perilaku *celebrity worship* yang baik maka akan memiliki tingkat *psychological well-being* yang tinggi juga, hal ini dapat mengurangi resiko munculnya *distress* pada penggemar *K-pop*.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mampu mengembangkan penelitian ini secara lebih mendetail agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Selain itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperhatikan variabel lain yang belum diukur dalam penelitian ini, seperti kepercayaan diri, dukungan sosial, dan motivasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, M. S., & Ariana, A. D. (2021). *Psychological Wellbeing* Penggemar K-pop Dewasa Awal yang Melakukan *Celebrity Worship*. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, 1(1), 137- 148.
- Etikasari, Y. (2018). Kontrol diri Remaja Penggemar K-pop (K-Popers). *Jurnal Riset Mahasiswa dan Konseling*, 4(3), 190-202.
- Fauziah, A. R., & Fatimah, F. F. (2021). Hubungan antara Harga Diri dengan Kesejahteraan Psikologis pada Ibu. *UG Jurnal*, 15(9), 26-35.
- Gumelar, S. A., Almaida, R., & Laksmiwati, A. A. (2021). *Dinamika Psikologis Fangirl k- pop*. *Cognicia*, 9(1), 17-24.
- Hakim et al. (2021). Pembentukan Identitas diri pada Kpopers. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 4(1), 18-31.
- Handayani, L. P., Faradiba, A. T., & Aisyah. (2022). Peran *psychological well-being* terhadap *celebrity worship* pada penggemar bts di Jakarta. *Universitas Pancasila*, 1(1), 1-11.
- Jamilah, Y. N., & Budiman, N. (2020). *Profile of Celebrity Worship Tendency Among Adolescents*. *Journal of Education and Human Resources*, 1(1), 61-67.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., 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(2), 273-283. 10.1016/j.paid.2005.07.004.
- Mandas, A. L., Suroso., & Sarwindah, D. (2018). Hubungan antara Konsep Diri dengan *Celebrity Worship* pada Remaja Pecinta Korea di Manado ditinjau dari Jenis Kelamin. *Psikovidya*, 22(2),165-189.
- McQuail, D. (2010). *Masscommunication theory* (6th Ed). London: Sage Publications.
- Nurohmah, Y. F., & Prakoso, H. (2019). Hubungan *Psychological Well-Being* dan *Celebrity Worship* pada Anggota Fansclub Exo di Bandung. *Universitas Islam Bandung*, 5(1), 181-186.
- Reeves, R. A., Baker, G. A., & Truluck, C. S. (2012). *Celebrity Worship, Materialism, Compulsive Buying, and the Empty Self*. *Psychology & Marketing*, 29(9), 674-679.
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2017). Fanatisme Penggemar K-pop dalam Bermedia Sosial di Instagram. *Interaksi: Jurnal IlmuKomunikasi*, 8(2), 13-23.
- Rohimatuszahroh, H. R., Prihatin, T., & Fitriani, A. (2020). Hubungan Harga Diri dan Dukungan Sosial terhadap Kesejahteraan Psikologis Remaja yang mengikuti Kejar Paket di Kabupaten Rembang. *PSISULA: Prosiding Berkala Psikologi*, 2(1), 84-93.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the Adolescent Self-Image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Ryff. (1989). *Happiness is Everything, or is it? Exploration on The meaning of Psychological Well-Being*. Journal of Personality and Social Psychology, 57(6), 1069-1081.
- Santrock, J. W. (2011). *Life-span Development*. Jakarta: Erlangga.
- Siregar, M. (2017). Hubungan Antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Smartphone pada Mahasiswa. Jurnal Psikologi, 10(2), 174-181.
- Stuart, G. W. (2012). *Principles and Practice of Psychiatric Nursing*. Missouri: Elsevier Ltd.
- Triwahyuningsih, Y. (2017). Kajian meta- analisis hubungan antara self- esteem dan kesejahteraan psikologis. Buletin Psikologi, 25(1), 26-35.
- Ubaidilah, A., & Primanita, R. Y. (2023). Hubungan Harga Diri dengan Kesejahteraan Psikologis pada Komunitas Vespa Gembel. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(1), 1923- 1930.
- Wijayanti, R. (2021). Pengaruh K-pop pada Kesehatan Mental. Diakses pada 18 Juli 2022. Dari <https://www.kompasiana.com/renitawijayanti0496/61c57dd99bdc4078fc69a5f2/pengaruh-k-pop-pada-kesehatan-mental>.
- Zahra, N. N., & Wulandari, P. Y. (2021). Pengaruh Harga Diri dan Kesejahteraan Psikologis terhadap *Celebrity Worship* pada Dewasa Awal Penggemar K-pop. Bulletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM), 1(1), 1115- 1125