

Jurnal Keperawatan Mersi

p-ISSN: [1979-7753](https://doi.org/10.30605/jkm.v8i1.1979-7753)

<http://ejournal.poltekkes-smg.ac.id/ojs/index.php/jkm/index>



Hubungan Celebrity Worship dengan Identitas Diri Remaja Penggemar K-Pop

Vita Famia Sari¹, Adi Isworo², Suyanta³ Erna Erawati⁴
^{1 2 3 4}Jurusan Keperawatan Prodi DIV Keperawatan Magelang Poltekkes Kemenkes
Purwokerto, Indonesia

Corresponding author: Vita Famia Sari

Email: vita.famia@gmail.com

Received: July 9th, 2018; Revised: August 13th, 2018; Accepted: September 18th, 2018

ABSTRACT

Background - Teenager is one phase that is traversed by humans. Nowadays, teenagers facing technological developments rapidly that can make it easier to access the internet, one of them is Korean culture. The tendency to follow K-Pop idols causes fans to have celebrity worship. The impact of celebrity worship such as being extra vagant, willing to do anything for their idol, has a crisis of identity, and following the style of their idol. **Objective** - This study was conducted to determine the relationship between celebrity worship and the self-identity of teenagers K-Pop fans. **Methods** - The approach of this study used a quantitative method by correlation study design. The sampling technique used was purposive sampling that involved 80 teenage respondents aged 12-20 years. The data was taken by using the questionnaire method. **Results** - The results of this study indicate that there is no relationship between celebrity worship and the self-identity of teenagers K-Pop fans because the results of the Pearson test in p value of 0.837 (p value > 0.05). **Conclusion** - There is no relationship between celebrity worship and the self-identity of teenagers K- Pop fans.

Keywords: celebrity worship; self-identity; teenagers; K-Pop.

Pendahuluan

Remaja merupakan salah satu fase yang harus dilalui dalam kehidupan manusia. Jika ditinjau dari rentang kehidupan manusia, masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa. Peralihan inilah yang sering menyebabkan berbagai permasalahan dan kebingungan pada remaja (Izzaty,2008).

Perkembangan zaman dan teknologi mendorong masuknya budaya asing ke Indonesia dengan sangat cepat, salah satunya adalah budaya korea (*Hallyu wave*). *Hallyu* yang sering disebut dengan *Korean Wave* di Indonesia lebih dikenal dengan nama *K-POP* Para penggemar *K-POP*

biasanya juga memiliki rasa cinta satu arah (*celebrity worship*). Penggemar dengan *celebrity worship* rela melakukan apa saja demi selebriti idolanya. Hubungan satu arah ini bisa menyebabkan penggemar mengalami krisis identitas diri. Dimana pada masa remaja pembentukan identitas diri sangat diperlukan demi masa depan penggemar itu sendiri (Sari, 2013). Kecenderungan mengikuti idola *K- Pop* dengan budaya yang berbeda juga cenderung dapat mengakibatkan pergaulan yang tidak sehat seperti meniru kebiasaan dan kebudayaan Korea. Tokoh dalam drama Korea seringkali menunjukkan kebiasaan meminum alkohol hingga mabuk dan memakan beberapa jenis makanan

yang tidak halal seperti daging babi (Elsa Fitri, 2018) Penggemar *K-Pop* juga menganggap kalau mereka suka dengan idolanya dengan tulus, walaupun mereka juga sadar kalau mereka hanyalah seorang penggemar, tetapi mereka selalu melakukan apapun untuk idolanya. mengikuti gaya hidup idolanya. Peneliti sebelumnya (Sunarni, 2015) juga memberikan saran untuk meneliti *celebrity worship* pada komunitas yang lain. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti tentang 'Hubungan *Celebrity Worship* Dengan Identitas Diri Remaja Penggemar *K-POP*'.

Metode Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain *correlation study*. Teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling* yang melibatkan 80 responden remaja berusia 12-20 tahun. Data diambil menggunakan metode kuesioner dimana terdiri dari 2 macam kuesioner, yaitu kuesioner *celebrity worship* dan kuesioner identitas diri.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1.
Frekuensi Karakteristik Responden

Karakteristik	F(n=80)	%	
Usia	12	10	12,5
	13	14	17,5
	14	9	11,2
	15	11	13,8
	16	12	15,0
	17	7	8,8
	18	7	8,8
	19	4	5,0
Pendidikan	20	6	7,5
	SMP	43	53,8
	SMA	27	33,8
	Mhs	10	12,5
Lama menjadi K-Popers	1	18	22,5
	2	16	20,0
	3	13	16,2
	4	13	16,2
	5	9	11,2
	6	2	2,5
	7	4	5,0
	8	1	1,2
	9	4	5,0

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa pada usia 13 tahun memiliki jumlah responden terbanyak yaitu sebanyak 14 responden atau 17,5%.

Mayoritas responden berasal dari latar belakang SMP yaitu sejumlah 43 responden atau 53,8%. Rata-rata responden menyukai *K-Pop* selama 1 tahun sebanyak 22% atau 18 responden.

Tabel 2.
Frekuensi dan Distribusi Skor Celebrity worship dan Identitas Diri

	Rentang Skor	Jumlah
Celebrity Worship	65 – 129	1
	130 – 194	64
	≥ 195	15
Identitas Diri	67 – 133	0
	134 – 200	76
	≥ 201	4

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 80 responden, 64 diantaranya mendapatkan skor *celebrity worship* 130- 194 atau berada pada kategori Sedang. Rata-rata skornya adalah 177,4 dengan skor tertinggi 243 dan skor terendah 125.

Tabel 3.
Normalitas Data

Data	Smirnov	
	Nilai p	Df
Celebrity Worship	0,121	80
Identitas Diri	0,583	80

Dari hasil pada tabel 4.3 adalah data berdistribusi normal dimana nilai $p > 0,05$.

Tabel 4.
Uji Hubungan Celebrity worship Dengan Identitas Diri

		Celebrity Worship	Identitas Diri
Celebrity Worship	Nilai p	1	0,837
Identitas Diri	Nilai p	0,837	1

Suatu penelitian dikatakan memiliki hubungan apa bila nilai $p < 0,05$. Tabel 4 menunjukkan hasil nilai $p = 0,837$. Sehingga Ha dari penelitian ini ditolak. Nilai $r =$ nilai *pearson* yaitu 0,023. Sedangkan nilai *t hitung* = 1,65 dan *t tabel* = 1,66. Jadi, nilai *t hitung* < *t tabel* sehingga Ha ditolak.

Dalam uji hubungan diperoleh hasil nilai $p=0,837$, dengan demikian maka tidak ada hubungan *celebrity worship* dengan identitas diri. Suatu penelitian dikatakan memiliki hubungan apabila nilai $p < 0,05$, sehingga penelitian ini tidak memiliki hubungan. Tidak adanya hubungan antara

celebrity worship dengan identitas diri ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aragon (2015) dengan hasil tidak ada hubungan positif antara keduanya. Aragon juga menjelaskan bahwa *celebrity worship* dan identitas diri saling berkaitan namun tidak memiliki hubungan yang signifikan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 80 responden, skor *celebrity worship* paling banyak berada pada rentang 130-194 yaitu sebanyak 64 responden. Sisanya 1 responden pada rentang 65-133 dan 15 responden pada skor ≥ 195 . Dari skor yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori Sedang. Kategori sedang juga bisa disebut dengan *Intense Personal* (perasaan pribadi yang intens) dimana remaja memiliki perasaan yang lebih intim dan kompulsif terhadap idolanya dan memperlihatkan rasa obsesifnya. Penggemar juga memiliki empati yang sangat tinggi terhadap idolanya.

Dalam skor identitas diri, mayoritas berada pada skor 134-200, yaitu sebanyak 76 responden dan sisanya berada pada skor ≥ 201 . Pada skor identitas diri, mereka juga mayoritas berada pada kategori Sedang. Kategori sedang dalam identitas diri juga bisa disebut sebagai proses identitas diri model norma, dimana remaja merupakan individu yang taat, disiplin dan memiliki komitmen yang kuat dalam mencapai tujuan.

Dilihat dari skor akhir yang didapat, skor untuk *celebrity worship* dan identitas diri saling berhubungan pada sebagian skor. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Sunarni (2015), ada hubungan antara *celebrity worship* dengan identitas diri, namun hanya pada tingkatan tertentu saja. Yang memiliki hubungan ada pada tingkat hubungan sosial dan proses identitas diri model norma. Dari penelitian Sunarni (2015), dapat dikatakan bahwa sebenarnya *celebrity worship* dengan identitas diri memiliki hubungan, namun tidak secara keseluruhan.

Juwita (2018) dalam penelitiannya juga menjelaskan bahwa sifat fanatisme dalam tingkatan patologis masih bisa dikontrol oleh dirinya sendiri. Jadi, selama kondisi patologis bisa dikontrol tidak menjadi masalah. Yang menjadi masalah apabila kondisi tersebut tidak terkontrol bisa menyebabkan remaja tidak percaya diri dengan identitas dirinya sehingga identitas dirinya menjadi rendah. Di penelitian yang dilakukan oleh peneliti, tidak ada responden yang mendapat kategori rendah.

Hasil dalam penelitian ini adalah usia 12-20 tahun skor identitas dirinya berada dalam kategori sedang dan rendah, dimana pada kategori ini mereka mulai berfikir secara rasional dan menghindari konflik, mereka juga bisa menyikapi dengan baik bila ada berita baik maupun dari idolanya. Kematangan psikologis terlihat dalam usia 12-17 tahun. Hal ini didukung dari penelitian Fitri (2018) yang hasilnya adalah remaja bisa mengasosiasikan dirinya dengan baik. Mereka bisa menyikapi berita tentang idolanya dan tidak mudah terpancing emosi apabila ada konflik.

Dalam diri remaja, identitas diri sudah ada sejak dia lahir. Yang mempengaruhi identitas diri bisa oleh faktor keluarga, lingkungan, budaya dan usia. Kondisi yang bisa mempengaruhi konsep diri adalah usia kematangan, penampilan diri, kepatutan seks, nama dan julukan, hubungan keluarga, teman sebaya, kreativitas dan cita-cita (Hurlock, 2017). Identitas diri berperan dalam membentuk kepribadian seorang remaja, sehingga *celebrity worship* tidak mempengaruhi dan tidak berhubungan dengan identitas diri.

Kemungkinan dari tidak terbuktinya hipotesis dikarenakan karena sampel yang kurang representatif dan kuesioner yang masih untuk penggemar secara umum belum tertuju sepenuhnya untuk penggemar *K-Pop*.

Karakteristik responden berdasarkan usia mayoritas berusia 13 tahun sebanyak 14 responden, disusul oleh usia 16 tahun sebanyak 12 responden, usia 15 tahun sebanyak 11 responden, usia 12 tahun sebanyak 10 responden, usia 14 tahun sebanyak 9 responden, usia 17 tahun dan 18 tahun sebanyak 7 responden, usia 20 tahun sebanyak 6 responden dan usia 19 tahun sebanyak 4 responden.

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan, mayoritas berpendidikan SMP sebanyak 43 responden, disusul oleh pendidikan SMA sebanyak 27 responden dan terakhir pendidikan Perguruan Tinggi sebanyak 10 responden.

Karakteristik responden berdasarkan lamanya menjadi *KPopers* mayoritas selama 1 tahun itu sebanyak 18 responden, selama 2 tahun sebanyak 16 responden, selama 3 dan 4 tahun sebanyak 13 responden, selama 5 tahun sebanyak 9 responden. Selama 6 tahun sebanyak 2 responden, selama 7 tahun sebanyak 4 responden, selama 8 tahun sebanyak 1 responden, selama 9 tahun sebanyak 4 responden.

Skor *celebrity worship* paling banyak pada

skor 130-194 yaitu sebanyak 64 responden, disusul skor ≥ 195 sebanyak 15 responden dan skor 65-129 sebanyak 1 responden. Dengan skor maksimum 243 dan skor minimum 125. Skor identitas diri mayoritas pada skor 134-200 yaitu sebanyak 76 responden dan sisanya 4 responden pada skor ≥ 201 .

Kategori *celebrity worship* mayoritas berada pada kategori sedang sebanyak 64 responden, kategori tinggi sebanyak 15 responden, dan kategori rendah sebanyak 1 responden. Kategori identitas diri mayoritas berada pada kategori sedang sebanyak 76 responden dan kategori tinggi sebanyak 4 responden. Hasil uji korelasi adalah nilai $p = 0.837$ yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara *celebrity worship* dengan identitas diri remaja penggemar *K-Pop*. Dengan demikian maka H_a ditolak.

Simpulan

Bagi Penggemar *K-Pop* diharapkan penggemar *K-Pop* yang tergabung dalam *fun club* ataupun tidak dapat mengontrol rasa suka terhadap idolanya. Sehingga tidak terlalu obsesif terhadap idolanya; Bagi Institusi Pendidikan diharapkan dapat memperdalam pembelajaran tentang identitas diri agar para remaja mampu memahami dirinya sendiri dengan baik; Bagi peneliti lain diharapkan dapat meneliti lebih dalam lagi mengenai *celebrity worship* maupun identitas diri yang berkaitan dengan penggemar *K-Pop* dengan menambahkan variabel lain dan menspesifikkan usia responden.

Daftar Pustaka

- [1] Elsa Fitri, R. (2018). Gambaran Identitas Diri Remaja Akhir Penggemar Drama Korea. Retrieved from [http://eprints.ums.ac.id/60200/1/Naskah Publikasi.pdf](http://eprints.ums.ac.id/60200/1/Naskah_Publikasi.pdf)
- [2] Fitriani, A. (2016). Fenomena *Fangirl K-Pop* di Indonesia.
- [3] Hurlock, Elizabeth B. 2017. *Psikologi Perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan (edisi kelima)*. Jakarta: Erlangga. *JakPat App*. (2016). *JakPatApp*.
- [4] Juwita, S. H. (2013). Tingkat Fanatisme Penggemar *K-Pop* Dan Kemampuan, 273–286.
- [5] Sunarni. (2015). Pengaruh *Celebrity Worship* Terhadap Identitas Diri Remaja Usia SMA Di

Yogyakarta.