

ABSTRAK

Nor Anisa. 1901030400496. *Hubungan Persepsi Kelekatan Orangtua dengan Perilaku Celebrity Worship di Kalangan Penggemar Korean Pop pada Fandom NCTzen Banjarmasin.* Pembimbing Dra. Mulyani, M.Ag, pada Program Studi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, UIN Antasari Banjarmasin, 2023.

Kata kunci: Persepsi Kelekatan, *Celebrity Worship*, *Korean Pop*

Kehadiran K-Pop merupakan bagian yang tak terpisahkan dari demam *Korean Wave* dan telah menyebar di bagian Asia dan belahan dunia lainnya. Dalam mengapresiasi cintanya untuk para idola, para penggemar sering melebih-lebihkan idolanya. Sikap ini sering disebut dalam psikologi sebagai *celebrity worship*. Dalam konteks ini, penting untuk melihat persepsi kelekatan orang tua yang dapat mempengaruhi perilaku *celebrity worship* pada remaja yang menjadi penggemar K-Pop. Kelekatan yang sehat antara orang tua dan anak sangat penting dalam membantu remaja mengembangkan hubungan yang bermakna dan rasa harga diri di masa dewasa awal.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara kelekatan dan *celebrity worship*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan analisis statistik. Populasi pada penelitian ini adalah 131 orang penggemar Korean Pop pada *Fandom NCTzen* Banjarmasin. teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *probability sampling* dengan memakai teknik sampling acak sederhana yaitu (*Simple Random Sampling*). Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik dengan menggunakan teknis analisis korelasi *product moment*.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh yaitu, 1) Tingkat kelekatan pada penggemar *Korean Pop* pada *fandom NCTzen* Banjarmasin terdapat sebanyak 20 atau 15.3% orang penggemar berada pada tingkat kelekatan rendah, 85 atau 64.9% orang penggemar K-Pop berada pada tingkat kelekatan sedang dan 26 atau 16.8% orang penggemar K-Pop berada di tingkat kategori tinggi. 2) Tingkat *celebrity worship* pada penggemar *Korean Pop* pada *fandom NCTzen* Banjarmasin terdapat sebanyak 20 atau 15.3% orang penggemar berada pada kategori rendah, 91 atau 69.5% orang penggemar berada pada kategori sedang dan 20 atau 15.3% orang penggemar berada pada kategori tinggi. 3) Analisis data dengan menggunakan uji korelasi *product moment*, hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kelekatan dan *celebrity worship* ($r_{xy} = 0.224$ pada $p \text{ value} = 0.010$) menunjukkan nilai signifikansi $0.010 < 0.05$. Dari hasil tersebut hipotesis menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.