

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Pada bab ini peneliti memaparkan data penelitian yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan peneliti dan dijawab oleh responden, yaitu *fandom NCTzen*. Data terkumpul kemudian akan dianalisis untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini, yaitu mengkaji dan mengidentifikasi hubungan persepsi kelekatan orang tua dengan perilaku *celebrity worship* di kalangan penggemar *Korean Pop* pada *fandom NCTzen* Banjarmasin, serta mengetahui tingkat kelekatan orang tua dengan perilaku *celebrity worship* di kalangan penggemar *Korean Pop* pada *fandom NCTzen* Banjarmasin.

1. Gambaran Umum *Fandom NCTzen* Banjarmasin

Fandom NCTzen Banjarmasin merupakan komunitas penggemar dari salah satu *boygrup Korean Pop* yakni NCT yang berada di Banjarmasin. NCT sendiri atau *Neo Culture Technology* berasal dari negeri ginseng, Korea Selatan mereka merupakan *boygrup* bentukan dari *SM Entertainment* pada tahun 2016 yang beranggotakan 23 orang pemuda yakni Jaehyun, Na Jaemin, Lucas, Yuta, Lee Taeyong, Jisung, Haecan, Doyoung, Lee Jenso, Jungwoo, Mark Lee, Shutaro, Ten, Sungchan, Renjun, Zhong Chenle, Thein, Winwin, Jhonny, Yangyang, Xianjun, Qian Xun, Hendery dan akan terus bertambah dengan dibagi menjadi beberapa

unit grup seperti NCT *Dream*, NCT 127, NCT U, dan WayV dan unit grup lain yang akan dibentuk.¹

Berdasarkan informasi dari informan berinisial AR selaku anggota grup *fandom NCTzen* Banjarmasin ini mulai dan didirikan pada tanggal 10 Agustus 2022 Anggota *fandom* ini didominasi oleh perempuan, tetapi ada juga laki-laki yang tergabung dalam komunitas ini. *Fandom* ini sering melaksanakan *event-event* yang berhubungan dengan NCT, kegiatan tersebut biasanya diselenggarakan di *cafe-cafe* yang ada di Banjarmasin. Admin atau pengurus *fandom* sendiri biasanya merupakan orang-orang yang telah lama aktif di dalam grup *fandom*. Mereka lah yang selalu mengatur segala sesuatu mengenai kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh anggota *fandom*.

Fandom ini termasuk aktif baik secara *online* maupun *offline*. Biasanya jika *fandom* akan mengadakan *event*, hal itu akan diberitahukan melalui poster yang akan di *posting* melalui media sosial mereka. Ada cukup banyak kegiatan yang biasa dilakukan oleh *fandom NCTzen* Banjarmasin ini, antara lain seperti penggalangan dana, *Gathering Project*, *Event Brithday Party*, *Anniversary*, dan lain-lain. *Gathering Project* sendiri merupakan kegiatan berkumpul atau pertemuan antar anggota *fandom* yang dilakukan di suatu tempat. Hal ini karena merkea belum memiliki tempat berkumpul yang tepat sehingga selalu berpindah-pindah.²

¹Marino Ananda, Nur Hadi, and Nanda Harda Pratama Meiji, 'Di Balik Perilaku Konsumtif NCTzen Dalam Pembelian Merchandise NCT (Studi Kasus Komunitas NCTzen Malang)', Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial (JIHIS) 1, no. 9 (2021): 1014–15.

²AR, *Wawancara*, 20 Juli 2023

2. Gambaran Umum Subjek penelitian

Dalam judul skripsi yang berjudul “Hubungan Persepsi Kelekatan Orangtua dengan Perilaku *Celebrity Worship* di Kalangan Penggemar *Korean Pop* pada *Fandom NCTzen* Banjarmasin”, subjek penelitian adalah penggemar *Korean Pop* (K-Pop) yang merupakan anggota dari *fandom NCTzen* di kota Banjarmasin. Berikut adalah kriteria subjek penelitian yang dapat ditentukan :

a. Usia

Subjek penelitian terdiri dari individu yang berusia antara 19 hingga 25 tahun. Rentang usia ini dipilih untuk memfokuskan pada kelompok usia remaja akhir hingga dewasa awal yang umumnya menjadi penggemar K-Pop.

b. Jenis Kelamin

Subjek penelitian dapat terdiri dari pria dan wanita, mengingat fenomena penggemar K-Pop yang melibatkan berbagai jenis kelamin.

c. Penggemar K-Pop

Subjek penelitian adalah individu yang secara aktif menyukai dan mengikuti *Korean Pop* (K-Pop) serta memiliki minat dan penggemaran terhadap idola grup tertentu, dalam hal ini adalah NCT.

d. Anggota *Fandom NCTzen*

Subjek penelitian adalah individu yang tergabung dalam *fandom NCTzen*, yaitu penggemar resmi yang mengidentifikasi diri sebagai penggemar grup musik NCT.

e. Lokasi

Subjek penelitian merupakan penggemar K-Pop yang berada di kota Banjarmasin, Indonesia. Lokasi ini dipilih untuk membatasi cakupan penelitian dan memfokuskan pada penggemar K-Pop di area geografis tertentu.

Kriteria subjek penelitian ini akan membantu mengidentifikasi dan memilih sampel yang relevan untuk mempelajari hubungan persepsi kelekatan orangtua dengan perilaku *celebrity worship* pada penggemar K-Pop pada *fandom NCTzen* di Banjarmasin.

B. Hasil Uji Instrument

Pada tanggal 19 April 2023, peneliti membagikan instrumen berupa skala psikologi kepada para mahasiswa penggemar *Korean Pop*, selain mahasiswa UIN ada juga mahasiswa diluar UIN dengan tujuan untuk menguji instrument setelah peneliti melaksanakan uji *Profesional Judgment* skala item peneliti kepada dosen Psikologi Islam yakni, bapak Musfichin, M. A. Mahasiswa penggemar *Korean Pop* dipilih sebagai uji *tryout* karena mahasiswa tersebut memiliki kemiripan sifat maupun karakter dengan subjek penelitian yang ditunjukan peneliti kepada komunitas penggemar *Korean Pop* yang ditargetkan oleh peneliti untuk menjadi sampel dalam penelitian ini.

1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini memakai skala modifikasi dari Rahayu Fajariani dengan variabel *celebrity worship* yang sesuai dengan teori McCutcheon yang

terdiri dari 40 pertanyaan dengan aspek *Entertainment Social*, *Intense Personal Feeling*, *Borderline Pathological*. Adapun untuk variabel kelekatan memakai skala modifikasi dari Deny Hidayat sesuai dengan teori Armsden dan Greenberg yang terdiri dari 25 pernyataan dengan aspek, kepercayaan, komunikasi dan keterasingan. Yang mana saat diuji validitas untuk *tryout* hasil menunjukkan hanya ada beberapa item yang valid namun masih mewakili setiap aspek yang ada, dengan hasil lebih dari r tabel (r hitung $>$ r tabel) dengan signifikansi 5%, hasil kedua skala bernilai lebih dari r tabel yaitu 0,316.

TABEL 4.1. HASIL UJI VALIDITAS *CELEBRITY WORSHIP*

No.	Aspek	Item
1	<i>Entertainment Social</i>	2, 5, 13, 15, 16, 17, 18, 10, 21, 26, 29, 31
2	<i>Intense Personal Feeling</i>	3, 6, 9, 19, 11, 12, 27, 28, 34, 35, 4, 20, 22, 23
3	<i>Borderline Pathological</i>	4, 20, 22, 23, 24, 25, 30, 33, 39

TABEL 4.2. HASIL UJI VALIDITAS KELEKATAN

No.	Aspek	Item
1	Kepercayaan	1, 2, 3, 5, 6, 8, 10
2	Komunikasi	9, 14, 15, 16, 19, 13
3	Keterasingan	11, 12, 18

2. Uji Reliabilitas

Alat ukur harus lulus uji reliabilitas terlebih dahulu untuk menunjukkan bahwa skala benar-benar konsisten dan dapat diulang untuk penelitian selanjutnya. Untuk menggambarkan kondisi aktual subjek secara akurat, instrument penelitian yang tepat dapat secara akurat mengukur variabel yang ingin diselidiki.

Adapun hasil dari uji reliabilitas skala kelekatan dan skala *celebrity worship* sebagai berikut :

TABEL 4.3. UJI RELIABILITAS *CELEBRITY WORSHIP* DAN SKALA KELEKATAN

Variabel	<i>Alpha</i>	Keterangan
<i>Celebrity Worship</i>	0,753	Reliabilitas Cukup Baik
Kelekatan	0,759	Reliabilitas Cukup Baik

Dilihat dari tabel 4.4 diketahui nilai *alphacronbach* dari variabel variabel *celebrity worship* adalah 0,753 dan variabel kelekatan memiliki nilai 0,759. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki reliabilitas cukup baik.

C. Hasil Analisis dan Interpretasi Data

1. Uji Asumsi

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui sebaran skor variabel kelekatan dan variabel perilaku *celebrity worship* berdistribusi normal. Adapun uji

normalitas pada penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* yang mana, apabila $\text{sig} > 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal.³

TABEL 4.4. UJI NORMALITAS *CELEBRITY WORSHIP* DAN KELEKATAN

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		131
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	16.71185653
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.059
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Pada tabel 4.5 di atas, berdasarkan hasil uji dari *kolmogorov-smirnov* di atas, memperoleh nilai signifikansi *Asymp Sig (2-tailed)* pada nilai 0,200, maka dapat disimpulkan bahwa nilai ini lebih dari 0,05, sehingga distribusi skala kelekatan dan skala *celebrity worship* berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi yang linier diantara variabel bebas dan variabel terikat. Uji linieritas digunakan sebagai syarat dalam analisis korelasi *pearson* atau regresi linear. Suatu data bisa dikatakan baik jika data tersebut mempunyai hubungan antara variabel linier dan signifikan $>$

³Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: CV. Wade Grup, 2016), 93.

0,05. Jika nilai signifikan kurang dari 0.05, maka tidak ada hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat.⁴

TABEL 4.5. HASIL UJI LINIERITAS VARIABEL KELEKATAN DAN CELEBRITY WORSHIP

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Celebri ty Worshi p * Keleka tan	Between	(Combined)	14260.909	38	375.287	1.441	.080
	Groups	Linearity	1909.030	1	1909.030	7.332	.008
		Deviation from Linearity	12351.879	37	333.835	1.282	.170
	Within		23955.320	92	260.384		
	Groups						
Total			38216.229	130			

Pada tabel 4.7 diatas dapat dilihat hasil uji linieritas diketahui bahwa nilai signifikan sebesar $0,170 > 0,05$ berada pada baris *linierarity*, maka bisa diartikan bahwa kelekatan dan *celebrity worship* memiliki hubungan atau korelasi yang linier.

D. Analisis Deskripsi Data dan Hasil Penelitian

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang data dan variabel yang telah didapatkan, analisis deskriptif juga sangat penting

⁴Rochmat Aldy Purnomo, 95.

digunakan terlebih dahulu sebelum pengujian hipotesis.⁵ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *Statistic Deskriptive* dengan tujuan untuk mengetahui gambaran terhadap data yang sudah didapatkan serta bersifat apa adanya, tanpa membuat kesimpulan sendiri. Adapun hitungan kategori intensitas kedua variabel, menggunakan rumus sebagai berikut:⁶

Tinggi : $X > (Mean + 1.SD)$

Sedang : $(Mean - 1.SD) < X \leq (Mean + 1.SD)$

Rendah : $X < (Mean - 1.SD)$

Rumus Mean :

$$M = \frac{F}{N}$$

Keterangan:

X : Skor Subjek

M : Mean (Rata-Rata)

SD : Standar Deviasi

TABEL 4.6 HASIL UJI DESKRIPTIF DATA PENELITIAN

Descriptive Statistics						
	N	Range	Min	Max	Mean	Std. Dev
Kelekatan	131	55	20	75	55.04	9.902
CelebrityWorship	131	81	69	150	108.81	17.146
Valid N (listwise)	131					

⁵Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 199.

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung, Alfabeta, 2015), 147.

1. Analisis Data Kelekatan

Berdasarkan nilai rata-rata penelitian ini, skala kelekatan sebesar 55,04 dan standar deviasinya adalah sebesar 9,902. Data ini kemudian dapat digunakan untuk menentukan sampel mana yang termasuk dalam kategori “tinggi”, “sedang” dan “rendah”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala penilaian intensitas variabel.

TABEL 4.7. KATEGORI VARIABEL KELEKATAN

Nilai	Kategori	Frekuensi	Presentase
$X < 45.13$	Rendah	20	15.3%
$45.13 < X < 64.94$	Sedang	85	64.9%
$X > 64,94$	Tinggi	26	19,8%
Jumlah		131	100%

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa kelekatan pada *fandom NCTzen* Banjarmasin termasuk dalam kategori berdasarkan skor sebesar 15.3% dengan total 20 orang yang berada pada kategori rendah artinya kelekatan penggemar *Korean Pop* teraplikasi dalam keseharian termasuk rendah, sebesar 64.9% dengan total 85 orang yang berada dalam kategori sedang artinya kelekatan pada penggemar *Korean Pop* yang teraplikasikan dalam kesehariannya termasuk sedang, sebesar 16.8% dengan total 26 orang termasuk dalam kategori tinggi artinya tingkat kelekatan penggemar *Korean Pop* teraplikasikan dalam keseharian termasuk tinggi.

2. Analisis *Celebrity Worship*

Berdasarkan dari nilai rata-rata penelitian ini, skala *celebrity worship* berjumlah sebesar 108.81 dengan standar deviasi sebesar 17.146. Dengan demikian, hasil data ini memungkinkan kita untuk menyimpulkan dan melihat bahwa sampel berasal dari kategori “rendah”, “sedang” dan “tinggi” dalam skala *celebrity worship* penelitian ini menggunakan penilaian intensitas variabel.

TABEL 4.8. KATEGORI VARIABEL *CELEBRITY WORSHIP*

Nilai	Kategori	Frekuensi	Presentase
$X < 91.66$	Rendah	20	15.3%
$91.66 < X < 125.9$	Sedang	91	69.5%
$X > 125.9$	Tinggi	20	15.3%
Jumlah		131	100%

Berdasarkan pada tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa perilaku *celebrity worship* pada *Fandom NCTzen* Banjarmasin berada pada kategori rendah dengan presentase 15.3% yakni sebanyak 20 orang, berada pada kategori sedang dengan presentase 69.5% yakni sebanyak 91 orang dan berada pada presentase 15.3% sebanyak 20 orang.

E. Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji hipotesis *Corelasion Product Moment* yang diturunkan dari teori Karl Person. Evaluasi dengan menggunakan bantuan program *SPSS 26.0 for window* menggunakan dua variabel untuk mengetahui ada atau tidaknya data yang menunjukkan hubungan

yang signifikan antara variabel kelekatan dan variabel *celebrity worship* di kalangan penggemar *Korean Pop* pada *Fandom NCTzen* Banjarmasin.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Alternatif (H_a): Adanya hubungan signifikan antara persepsi kelekatan orangtua dengan perilaku *celebrity worship* dikalangan penggemar *Korean Pop* pada *Fandom NCTzen* Banjarmasin.\
2. Hipotesis Nol (H_0): Tidak adanyan hubungan signifikan antara persepsi kelekatan orangtua dengan perilaku *celebrity worship* dikalangan penggemar *Korean Pop* pada *Fandom NCTzen* Banjarmasin.

Adapun hasil kesimpulan tersebut diambil berdasarkan:

- a) Apabila taraf signifikansi < 0.05
- b) Apabila nilai $r_{xy} > r$ tabel

TABEL 4.9. HASIL UJI KORELASI

		Correlations	
		Kelekatan	<i>Celebrity Worship</i>
Kelekatan	Pearson Correlation	1	.224*
	Sig. (2-tailed)		.010
	N	131	131
<i>Celebrity Worship</i>	Pearson Correlation	.224*	1
	Sig. (2-tailed)	.010	
	N	131	131

Berdasarkan hasil uji korelasi di atas dapat diketahui bahwa nilai antar variabel kelekatan dan variabel *celebrity worship* sebesar 0.010 dengan nilai r-

0,224 artinya pada penelitian ini diterima atau signifikan karena nilai $p = 0.010$ lebih kecil dari 0.05 ($0.010 < 0.05$). Dari data tersebut di ketahui terdapat hubungan negatif dengan nilai $r=0.224$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima.

TABEL 4.10. RANGKUMAN KORELASI PRODUCT MOMENT (r_{xy})

R_{xy}	Sig.	Keterangan	Kesimpulan
0.224	.010	$\text{Sig} \leq 0.05$	Signifikan

Pada tabel 4.10 menerangkan bahwa nilai signifikansi variabel kelekatan mencapai angka 0.010 yang lebih kecil dari 0.05. dengan begitu H_a diterima sementara H_0 ditolak yang artinya terdapat hubungan antara kelekatan perilaku *celebrity worship* di kalangan penggemar *Korean Pop* pada *Fandom NCTzen* Banjarmasin. Untuk data lebih lanjut tentang hubungan antara kedua variabel, lihat tabel interpretasi nilai r di bawah ini:

TABEL 4.11. INTERPRETASI NILAI R

Inrerval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00-0.199	Sangat rendah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Sedang
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.000	Sangat Kuat

Dari tabel interpretasi diatas, nilai r diatas menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang rendah antara variabel kelekatan dan variabel *celebrity worship* dengan nilai r (0.224) berkisar antara nilai interval 0.20 - 0.399 berada pada kategori hubungan sangat rendah. Dapat sini dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang rendah antara variabel X terhadap variabel Y.

F. Pembahasan

Kelekatan menurut Bowlby ialah bahwa kelekatan memiliki nilai keberlangsungan hidup yang bukan hanya sekedar berkaitan dengan fisik namun juga berkaitan dengan pembentukan psikoanalisis melalui pendidikan, Bowlby percaya bahwa kelekatan menciptakan ikatan psikologis yang bertahan lama antara subjek dengan orang lain, terutama figur yang melekat padanya.⁷ Bowlby juga menyatakan bahwa ikatan yang terbentuk antara anak-anak pengasuh mereka akan berimplikasi pada hubungan yang berlangsung seumur hidup.⁸

Colin menyatakan ada beberapa hal yang memepengaruhi pola-pola kelekatan diantaranya adalah tokoh pengasuh, faktor demografis, pengaruh obat-obatan dan alkohol, tempramen bayi, kelahiran prematur dan penyakit dini dan dukungan sosial. Armsden dan Greenberg menjelaskan ada tiga jenis aspek kelekatan yaitu, komunikasi (*communication*), kepercayaan (*trush*) dan keterasingan (*alienation*).⁹

⁷Panney Upton, "*Psikologi Perkembangan*", (Jakarta : Airlangga, 2012.), 82.

⁸Irma Lailah Sari, Luluk Asmawati, Laily Rosidah, '*Hubungan Kelekatan Orang Tua Dengan Kepercayaan Diri Anak Usia 4-5 Tahun Di TK Se-Kecamatan Sindang Jaya Kabupaten Tangerang-Banten*', 25.

⁹Evi Syafrida Nasution, '*Gambaran Kelekatan Anak Dengan Orang Tua Dari Keluarga Commuter Marriage*', *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Pengembangan SDM*, 10, no. 2 (2021): 22.

Dari 131 responden yang adalah penggemar *Korean Pop* pada *fandom NCTzen* Banjarmasin, terdapat tiga kategori untuk variabel kelekatan. Terdapat 20 orang atau 15.3% orang penggemar K-Pop pada *fandom NCTzen* memiliki tingkat kelekatan rendah, 85 orang atau 64.9% orang penggemar K-Pop berada pada tingkat kelekatan sedang dan 26 orang untuk 16.8% orang penggemar K-Pop berada di tingkat kategori tinggi.

Kelekatan ditujukan kepada orang tertentu atau seseorang yang dapat dijadikan figur bagi individu, artinya orang yang dekat dengan individu yang melekat. Jika seseorang ada saat mereka membutuhkan kenyamanan dan perlindungan, mereka pasti akan disukai. Ketika seseorang menghilang dari kehidupan seseorang, mereka akan merasa rindu dan kehilangan.

Banyaknya dewasa awal yang masih melakukan pemujaan terhadap selebriti memiliki keterkaitan dengan tahap perkembangannya. Maltby berpendapat bahwa *Celebrity worship* merupakan istilah yang digunakan untuk orang-orang dengan identitas utuh diasumsikan terobsesi terhadap seorang selebriti atau lebih dari satu.¹⁰ *Celebrity worship* terdiri dari dimensi *entertainment social* pada tingkat rendah karena selebriti dipandang sebagai hiburan, dimensi *intense personal* pada tingkat sedang yang mulai mengembangkan perasaan intens dan *obsesif* terhadap selebriti dan yang terakhir *borderline pathological* yaitu

¹⁰John Maltby, James Houran, and Lynn E. McCutcheon, 'A *Clinical Interpretation of Attitudes and Behaviors Associated with Celebrity Worship*', *The Journal of Nervous and Mental Disease* 191, no. 1 (2003): 25.

merupakan tingkat yang tinggi ketika seorang penggemar mulai menguntit selebriti.¹¹

Penelitian ini menggunakan 131 responden dengan tiga tingkatan pada variabel *celebrity worship*. Terdapat 20 orang untuk 15.3% orang penggemar K-Pop pada *fandom NCTzen* berada pada kategori rendah yaitu berada pada tingkat *entertainment social*, 91 orang untuk 69.5% orang penggemar K-Pop pada *fandom NCTzen* berada pada kategori sedang pada tingkatan *intense personal feeling* dan 20 orang untuk 15.3% orang penggemar K-Pop pada *Fandom NCTzen* berada pada kategori tinggi pada tingkatan *borderline phatological*. Artinya, rata-rata penggemar K-Pop pada *fandom NCTzen* Banjarmasin memiliki level pemujaan idol pada tingkat *intense personal feeling*.

Menurut McCutcheon, ada tiga fase atau aspek *celebrity worship*, yaitu Aspek *Entertainment Social*, aspek ini merupakan level terendah dalam aspek ini. *Fans* mencari informasi tentang selebriti atau idolanya dari sumber utama yaitu media sosial maupun internet seperti, *google, instagram, youtube*, dan lainnya, berbincang dengan teman tentang idolanya. Aspek *Intense Personal Feeling*, aspek ini berada di level sedang atau menengah, dengan kecenderungan penggemar yang obsesif. Hal ini dikarenakan para penggemar mulai percaya bahwa selebriti atau idolanya sudah dekat dengan mereka sehingga merasa perlu untuk mengetahui informasi terbaru tentang informasi pribadi atau hal-hal yang berkaitan dengan selebriti atau idola mereka. Aspek *Borderline Pathological*, aspek ini masuk ke dalam hubungan parasosial antara penggemar dan selebriti atau idola

¹¹Lynn E. McCutcheon, Rense Lange, and James Houran, 'Conceptualization and Measurement of Celebrity Worship', *British Journal of Psychology* 93, no. 1 (2002): 69.

mereka. Hal ini dapat ditandai dengan perilaku penggemar yang sulit diatur dan berpantasi atau khayalan tentang idola mereka. Pada aspek ini masuk kedalam kategori tingkat paling tinggi.¹²

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *pearson product moment*, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kelekatan dengan variabel *celebrity worship*. Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai Sig untuk kedua variabel adalah $0.010 < 0.05$. dengan kata lain hipotesis untuk penelitian ini diterima. Kelekatan memiliki hubungan untuk membuat penggemar K-Pop pada *Fandom NCTzen* untuk melakukan *celebrity worship*.

McCutcheon menyatakan bahwa ada lima faktor yang mempengaruhi terjadinya *celebrity worship* diantaranya adalah usia, pendidikan, keterampilan sosial, jenis kelamin dan rasa maupun etnis. Dari hasil survei yang dilakukan oleh IDN Times, saat ini 40, 7% penggemar K-Pop didominasi oleh penggemar berusia yang sekitar 20-25 tahun, 38, 1% adalah berusia sekitar 15-20 tahun, 11,9% berusia diatas 25 tahun dan 9,3% untuk presentase paling sedikit dari usia 10-15 tahun. Dalam penelitian ini, subjek berusia 19-24 tahun atau mereka yang berada di masa dewasa awal diteliti. Tingkat pendidikan yang rendah juga bisa membuat seseorang terjerumus dalam *celebrity worship*. Responden dalam penelitian ini merupakan penggemar K-Pop pada suatu *fandom NCTzen*, yang menunjukkan tingginya tingkat pendidikan responden. Begitu pula dengan keterampilan sosial responden, jika seseorang memiliki keterampilan sosial yang buruk, mereka akan

¹²Nadhifa Arundati, Almira Alda Vania, and Melisa Arisanti, 'Perilaku Celebrity Worship Pada Anggota Fandom EXO Dalam Komunitas EXO-L Bandung', Jurnal Komunikasi 13, no. 1 (2019): 59.

menganggap idola sebagai pengisi kekosongan dan akan berperilaku *celebrity worship*. Baik laki-laki maupun perempuan dapat terlibat dalam *celebrity worship*, tetapi intensitas menyukai idola lebih tinggi di kalangan perempuan. Dalam penelitian ini, 97% responden adalah perempuan dan hanya 3% responden laki-laki.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Hermadana dengan judul “*Keterampilan Sosial dengan Pemuja Selebriti pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal* tahun 2020 membahas tentang *celebrity worship*, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi variabel *celebrity worship*, diantaranya keterampilan sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara keterampilan sosial dengan pemuja selebriti. Artinya, semakin rendah tingkat keterampilan sosial seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat pemujaan selebritinya dan sebaliknya. Ketika individu memiliki keterampilan sosial yang rendah, ada kecenderungan untuk terlibat dalam perilaku *celebrity worship* untuk mengisi kekosongan daripada bersosialisasi dengan orang-orang sekitar.¹³

Studi lain yang mempengaruhi orang untuk melakukan *celebrity worship* adalah harga diri. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Frederika, Suprpto dan Tanojo tahun 2015 yang mengaitkan harga diri dan konformitas dengan *celebrity worship*, hasilnya menunjukkan bahwa harga diri memiliki hubungan positif signifikan dengan *celebrity worship*, sedangkan konformitas tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan *celebrity worship*. Artinya semakin tinggi harga diri yang dimiliki oleh individu, maka semakin tinggi

¹³Hermadana Hermadana, ‘*Keterampilan Sosial Dengan Pemujaan Selebriti Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal*’, Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi 8, no. 3 (2020): 462–71.

seseorang melakukan *celebrity worship* dan sebaliknya. Mengidolakan seseorang terasa lebih berharga, individu tersebut mencari informasi tentang idolanya, yang kemudian di gunakan untuk dirinya sendiri agar dapat berbagi informasi dan tidak tertinggal dari teman-temannya.¹⁴

Mencintai, menyukai serta mengagumi suatu budaya bukanlah tindakan yang salah juga tidak ada suatu larangan, namun sebagai umat muslim, kita harus sadar akan perbedaan budaya yang kita jumpai dan kita harus bisa memilah dan memilihnya dengan baik. pada hal negatif, seperti pelanggaran standard moral dan etika, lebih baik meninggalkan budaya itu. Hal ini juga berlaku ketika seorang muslim mengidolakan seseorang. Agama Islam tidak pernah melarang umatnya untuk mengidolakan seseorang bahkan jika idola mereka dapat menjadi contoh yang baik untuk diri mereka sendiri.¹⁵

Celebrity worship atau pemujaan terhadap selebriti yang dianggap berlebihan hingga pada tahap sedang yaitu *interpersonal feeling* atau berada pada tahap tinggi yaitu *borderline pathological* merupakan suatu hal yang tidak baik. Adapun menurut pandangan Al-Qur'an ada baiknya seorang penggemar sebaiknya tidak berlebihan dalam menyukai dan menintai sesuatu selain Allah swt. Sebagaimana yang tercantum didalam Al-Qur'an Surah *Al-A'raf/7: 31*.

إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “....*Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan*”
(*Q.S. Al-A'raf/7: 31*)

¹⁴Eunike Frederika, Maria Helena Suprpto, and Karin Lucia Tanojo, 'Hubungan Antara Harga Diri Dan Konformitas Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Di Surabaya', 2015.

¹⁵Banowati Azelia Putri Yuliawan and Ganjar Eka Subakti, 'Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam', Jurnal Penelitian Keislaman 18, no. 1 (2022): 38.

Mengagumi atau mengidolakan seseorang diperbolehkan Islam selagi selama penggemar tidak menyimpang dari norma-norma ajaran Islam, misalnya aspek yang menjauhkan penggemar dari syariat Islam dan ajaran agama serta menjadikan mereka lebih menyerupai suatu kaum. Sebagai umat Islam, perilaku dan keteladanan Nabi Muhammad saw. lah yang hendaknya kita contohi dan teladani. Rasulullah saw bersabda :¹⁶

وَلَا يُحِبُّ رَجُلٌ قَوْمًا إِلَّا حُسِرَ مَعَهُمْ

Artinya: “Tidaklah seseorang mencintai suatu kaum melainkan dia akan dikumpulkan bersama mereka” (HR. Ath-Thobroni)

Hadis ini mengajarkan tentang pentingnya selektif dalam mencintai dan mengikuti suatu kelompok atau kaum. Dalam konteks *celebrity worship*, hadis ini dapat diartikan sebagai peringatan bahwa mencintai dan mengagumi selebriti dengan mengikuti setiap aspek kehidupan mereka, hingga menyembah mereka, dapat menyebabkan seseorang terikat dengan nilai-nilai, perilaku, atau praktek yang tidak selaras dengan ajaran Islam.

Islam mengajarkan untuk mencintai Allah dan Rasul-Nya dengan penuh keikhlasan, serta mengikuti petunjuk-petunjuk dan tuntunan yang diberikan dalam Al-Qur'an dan Hadis. Pengagungan yang melebihi batas terhadap selebriti atau individu lain dapat menjadi bentuk syirik atau pengabdian yang tidak benar.

Penting untuk diingat bahwa dalam Islam, cinta sejati dan pengabdian seharusnya hanya ditujukan kepada Allah swt. Selebriti atau tokoh terkenal hanyalah manusia biasa, dan mereka tidak boleh dianggap sebagai objek

¹⁶ Fitriani Dwi Lestari, Thesis, “Hubungan Kontrol Diri dengan Celebrity Worship pada Mahasiswa Penggemar K-Pop di JABODETABEK” 2021, 50

penyembahan atau contoh ideal yang mutlak. Sebaliknya, umat Islam dianjurkan untuk mengambil teladan dari Nabi Muhammad saw. dan para sahabat sebagai panutan dalam kehidupan mereka.

Dalam konteks ini, Islam mendorong individu untuk menjaga kesederhanaan, tidak terjebak dalam pengagungan berlebihan terhadap selebriti, dan tetap berfokus pada ketaatan kepada Allah serta mencontoh ajaran yang benar dan tuntunan yang baik dari Rasulullah dan para sahabat.

G. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sudah dilakukan berdasarkan metode ilmiah yang ada. Namun, penelitian ini masih memiliki keterbatasan antara lain :

1. Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan baik dari aspek teori dan wawancara penelitian serta faktor-faktor dalam pembuatan skala.
2. Pembuatan pertanyaan wawancara awal pada studi pendahuluan. Variabel kelekatan berbeda teori dengan pernyataan yang terdapat pada skala sehingga terdapat jawaban yang berbeda antara studi pendahuluan dengan hasil dalam penelitian ini.
3. Adanya keterbatasan penelitian dalam membagikan kuisioner karena dilakukan secara *online* melalui layanan *Google Form*.
4. Terdapat beberapa jawaban dari responden kurang teliti dalam mengisi pernyataan yang telah dibagikan.

5. Terdapat beberapa jawaban dari responden yang tidak konsisten disebabkan kurangnya kehati-hatian responden dalam mengisi pernyataan yang telah dibagikan.
6. Peneliti menggunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dalam penelitian ini, terdapat dugaan bahwa pilihan jawaban netral bersifat bias.