

PENGARUH *ATTACHMENT STYLE* TERHADAP *CELEBRITY WORSHIP* PADA DEWASA AWAL PENGGEMAR SELEBRITI KOREA DI KARAWANG

¹Wina Lova Riza, ²Puspa Rahayu Utami Rahman, ³Ririn Widiyanti

Email: wina.lova@ubpkarawang.ac.id

^{1,2,3}Fakultas Psikologi, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Abstract. Celebrity worship is excessive obsessive behavior towards idol celebrities, one of the influencing factors is attachment style, the level of security experienced in interpersonal relationships. The purpose of this study was to examine the effect of attachment style on celebrity worship in early adulthood Korean celebrity fans in Karawang. The method in this study uses a quantitative method, with the sampling technique used in this study is quota sampling (non-probability). Based on the Lemeshow formula with a minimum count of 96 respondents needed, 172 early adult respondents were Korean celebrity fans in Karawang as the research sample. Analysis of research data using simple linear regression test to determine the value of the celebrity worship variable (Y) which is influenced by the attachment style variable (X). The results obtained with a significant value of $0.000 < 0.05$. So the hypothesis of this study is that H_a is accepted and H_0 is rejected, which means that there is an influence between attachment style to celebrity worship in early adulthood Korean celebrity fans in Karawang. The results of the coefficient of determination test obtained indicate that attachment style contributes 28.1% influence on celebrity worship and the other 71.9% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Celebrity worship, attachment styles, early adulthood*

Abstrak. *Celebrity worship* adalah perilaku obsesi berlebih terhadap selebriti idola, salah satu faktor yang mempengaruhi adalah *attachment style* yaitu tingkat keamanan yang dialami dalam hubungan interpersonal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *attachment style* terhadap *celebrity worship* pada dewasa awal penggemar selebriti Korea di Karawang. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling kuota (*nonprobability*). Berdasarkan rumus Lemeshow dengan hasil hitungan minimal 96 responden yang dibutuhkan, di dapatkan 172 orang responden dewasa awal penggemar selebriti Korea di Karawang sebagai sampel penelitian. Analisis data penelitian menggunakan uji regresi linier sederhana untuk mengetahui besaran nilai variabel *celebrity worship* (Y) yang di pengaruhi oleh variabel *attachment style* (X). Hasil yang di dapat dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis penelitian ini adalah H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh antara *attachment style* terhadap *celebrity worship* pada dewasa awal penggemar selebriti Korea di Karawang. Hasil dari uji koefisien determinasi yang diperoleh menunjukkan bahwa *attachment style* memberikan sumbangan pengaruh sebesar 28,1% terhadap *celebrity worship* dan 71,9% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti di penelitian ini.

Kata Kunci: *Celebrity worhsip, attachment styles, dewasa awal*

Pengantar

Seiring perkembangan zaman, teknologi masa kini pun ikut berkembang khususnya di era globalisasi ini. Globalisasi menciptakan hubungan antar seluruh penduduk dunia menjadi terbuka atau bebas seolah-olah suatu bangsa saling berdekatan. Salah satu pengaruh globalisasi adalah kemajuan teknologi. Penyempurnaan teknologi ini juga tampak semakin memudahkan dalam bidang komunikasi, sehingga dapat dengan mudah dan langsung mendapatkan berbagai informasi baik dari dalam negeri ataupun dari luar negeri. Selain fakta bahwa informasi yang berbeda dapat tersebar dengan cepat melalui kehadiran berbagai kemajuan komunikasi, budaya juga bisa dengan mudah menyebar ke seluruh dunia. Salah satu gaya hidup yang saat ini mempengaruhi berbagai bangsa adalah masyarakat pop Korea atau disebut juga *K-Pop/Hallyu Wave/Korean Wave*. Indonesia juga terkena dampak penyebaran budaya ini karena Indonesia adalah Negara berkembang yang mudah terpengaruh oleh negara maju. Penyebaran budaya K-Pop juga dibantu oleh berbagai komunikasi luas yang secara efektif mengenalkan budayanya.

Pemujaan selebriti atau yang disebut sebagai *celebrity worship* dicirikan sebagai kecenderungan untuk menumbuhkan kedekatan dengan selebriti idola yang dapat menyebabkan perilaku disfungsional (Dewi dan Indrawati, 2019). Terlepas dari kenyataan bahwa ada efek positif dari *celebrity worship* yang dinyatakan oleh Stever (dalam Maulida et al., 2021) bahwa pada usia dewasa menjadi penggemar mempengaruhi jalannya perkembangan orang dewasa yang sehat. Hal ini terjadi

karena dalam suatu pemujaan dapat meningkatkan kebahagiaan. Menurut para penggemar dewasa awal ini memahami bahwa hubungannya (dengan selebriti), tentu saja bukan hal yang nyata, dan mereka baik-baik saja dengan kenyataan itu. Terlepas dari efek positifnya, ada konsekuensi negatif dari *celebrity worship*. Dalam ulasan McCutcheon, Lange dan Houran (dalam Maulida et al., 2021), pemujaan selebriti sebagai semacam jalinan abnormal di antara penggemar dan selebriti yang terdiri dari kecanduan dan penyerapan berlebih (terhadap idola), penemuan penelitian ini menandakan pemujaan yang terkait dengan karakteristik neurotik, negatif, dan tidak biasa pada penggemar. Dengan demikian, *celebrity worship* adalah salah satu masalah dalam konsep psikologis.

Attachment menurut Bowlby (dalam Prasetyaningrum & Rahma, 2015) adalah hubungan atau kerjasama diantara dua orang yang memiliki keterikatan satu sama lain. Sedangkan yang dimaksud *attachment style* (gaya kelekatan) adalah tingkat keamanan yang dialami dalam hubungan antar individu (Renanda, 2018). *attachment style* yang dimiliki individu akan mempengaruhi individu dalam menjalin pertemanan, berkomunikasi dengan orang lain, dan hasil dalam membina hubungan sosial (Baron dan Byrne dalam Nurdiana dan Mulyono, 2019). *Attachment* adalah kekuatan utama untuk suatu ikatan yang dirasakan terhadap seseorang secara khusus, yang menimbulkan sensasi senang saat berkomunikasi dan merasa baik-baik saja dengannya (Berk dalam Syukmawati, 2014).

Landasan Teori

Celebrity Worship

Celebrity worship adalah perilaku berlebihan yang terus-menerus dikaitkan dengan kehidupan idolanya sehingga mempengaruhi kehidupan sehari-hari individu penggemar selebriti tersebut. Makin tingginya keterlibatan dengan idola merupakan indikasi bahwa tingkat *worship* seseorang tinggi. *Celebrity worship* dipengaruhi oleh kecenderungan individu untuk melihat, mendengar dan membaca serta memahami pada kehidupan selebriti idola mereka, yang bisa menyebabkan simpati, pengenalan, dan obsesi yang dapat mengakibatkan konformitas (Maltby dkk., dalam Sherly, 2019). Menurut Raviv (dalam Laksmi, 2019) mengidolakan adalah jenis kekaguman yang berlebih terhadap idolanya. Makin tinggi mengidolakan makin dekat ikatan yang dimilikinya dengan selebriti idola.

Celebrity worship dibagi menjadi tiga aspek, yaitu 1) *entertainment sosial*, ambisi yang mendasari eksplorasi aktif para penggemar untuk selebriti favorit mereka; 2) *intense personal feeling*, kecenderungan individu yang memiliki perasaan mendalam dan impulsif terhadap idolanya; 3) *borderline pathological*, aksi seperti kesiapan melakukan apa saja untuk sang idola (Maltby et al., dalam Frederika dan Suprpto, 2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkatan *celebrity worship*, yaitu faktor usia, *self-esteem*, dan *emotional autonomy* (Putri, 2019).

Attachment Styles

Attachment menurut Bowlby (dalam Prasetyaningrum dan Rahma, 2015) adalah hubungan atau komunikasi antara dua orang yang memiliki ikatan kuat satu

sama lain. Sedangkan yang dimaksud *attachment style* (gaya kelekatan) adalah tingkat keamanan yang dialami dalam hubungan interpersonal (Renanda, 2018). *Attachment style* yang dimiliki individu akan mempengaruhi individu dalam menjalin pertemanan, berinteraksi dengan orang lain, dan kemajuan dalam mendorong hubungan sosial (Baron dan Byrne dalam Nurdiana dan Mulyono, 2019). *Attachment* adalah sebagai kekuatan afeksional yang kuat untuk suatu ikatan yang dirasakan terhadap seseorang secara khusus, yang menimbulkan sensasi kegembiraan saat berinteraksi dan merasa nyaman saat bersamanya (Berk dalam Syukmawati, 2014). Bartholomew dan Shaver (dalam Syukmawati, 2014) mencirikan *attachment style* sebagai kecenderungan melakukan hubungan lekat individu yang terdiri dari aspek positif dan negatif dalam hal perspektif mendasar untuk dirinya sendiri dan orang lain.

Menurut Hofstra, Van Oudenhoven, dan Buunk (dalam Putri, 2019), terdapat 4 dimensi *attachment style*, yaitu 1) *secure*, seseorang dengan *secure attachment* memiliki pandangan positif pada diri sendiri, mampu mempercayai orang lain dan dapat melakukan interaksi sosial dengan baik; 2) *fearful*, individu dengan gaya kelekatan ini pandangan negatif terhadap dirinya sendiri dan orang lain demi melindungi dirinya dari rasa sakit karena rasa ketidaknyamanan pribadi dan ketidakpercayaan individu terhadap orang lain; 3) *preoccupied*, seseorang mempunyai pandangan negatif terhadap dirinya sendiri tetapi ia memiliki pandangan positif pada orang lain. Selain itu, ia memiliki kekhawatiran kalau tidak disukai orang

lain; 4) *dismissing*, seseorang yang memiliki pandangan positif pada diri sendiri tetapi tidak mempercayai orang lain dan terbiasa menghindari kontak dengan lingkungan sosialnya.

Metode

Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan adalah kausal, yaitu hubungan sebab akibat (Sugiyono, 2021). Adapun variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah *attachment style* (X) dan *celebrity worship* (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah fans selebriti Korea pria dan wanita di Karawang, usia yang digunakan dalam penelitian ini adalah usia 18 sampai dengan 40 tahun. Metode yang digunakan dalam menentukan sampel yaitu dengan *non-probability* yaitu *sampling* kuota. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Lemeshow. *Attachment style* ini diukur dengan *Attachment Styles Questionnaire* (ASQ) dari Hofstra & Oudenhoven (dalam Putri, 2019) sedangkan *celebrity worship* ini diukur dengan *Celebrity Attitude Scale* (CAS) dari teori Maltby dkk (dalam Frederika dan Suprpto, 2015).

Populasi dalam penelitian ini adalah dewasa awal penggemar selebriti Korea di Karawang, berdasarkan rumus Lemeshow dengan hasil hitungan minimal 96 responden yang dibutuhkan dan di dapatkan 172 orang responden sebagai sampel penelitian. Teknik *sampling* dalam penelitian ini adalah *insidental sampling*. Teknik pengumpulan data melalui cara penyebaran skala psikologi dengan bantuan *google form*. Dalam skala psikologi ini akan terdapat aitem *favorable* dan aitem

unfavorable. Terdapat dua skala psikologi dalam satu *google form* yang akan digunakan, yaitu skala *attachment style* dan skala *celebrity worship*.

Analisis aitem yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan formula koefisien korelasi pearson *product moment* Pearson untuk validitas, apabila aitem mencapai koefisien korelasi minimal 0,3 maka daya pembedaan dianggap memuaskan, tetapi apabila jumlah aitem yang dibutuhkan belum mencukupi dapat menurunkan sedikit batas kriteria 0,3 menjadi 0,25 agar jumlah aitem yang dibutuhkan dapat terpenuhi (Azwar, 2013) dan *alpha cronbach's* untuk reliabilitas, sebuah alat ukur dianggap memuaskan apabila koefisiennya mencapai minimal (r_{11}) = 0,900 (Azwar, 2018). Analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana. Teknik ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *attachment style* terhadap *celebrity worship* pada dewasa awal penggemar selebriti Korea di Karawang. Semua analisis dalam penelitian ini menggunakan bantuan program uji statistik SPSS versi 25 *for windows*.

Hasil

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *attachment style* terhadap *celebrity worship* pada dewasa awal penggemar selebriti Korea di Karawang. Dari hasil analisis data didapatkan uji hipotesis regresi sederhana Sig. 0,000 < 0,05 yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *attachment style* terhadap *celebrity worship* pada dewasa awal penggemar selebriti Korea di Karawang. Hal ini sejalan dengan sejalan

dengan penelitian dari Maltby (dalam Syukmawati, 2014) ditemukan hasil yang menyatakan bahwa *attachment style* berpengaruh signifikan pada *celebrity worship*, khususnya pada dimensi *entertainment social*. Menurut Tehran dkk (dalam Oelfy, 2015) seseorang dengan *preoccupied attachment style* akan cenderung memandang dirinya negatif. sehingga ia menjadikan idola favoritnya sebagai seseorang yang dipandang positif

dan membuatnya nyaman untuk berinteraksi dengan idolanya.

Hasil analisis regresi sederhana mendapatkan nilai Y sebesar $52,886 + 0,261$ yang artinya terdapat pengaruh positif antara variabel *attachment style* dengan variabel *celebrity worship*. Koefisien regresi variabel *attachment style* sebesar 0,261 yang berarti bahwa variabel mengalami peningkatan 1% pada variabel *celebrity worship* maka akan ada kenaikan 0,261.

Tabel 1. Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	52.886	2.575		20.541	.000
	Attachment Style	.261	.032	.530	8.151	.000

a. Dependent Variable: Celebrity Worship

Hasil analisis data uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh sebesar 0,281 sehingga dapat disimpulkan bahwa besaran pengaruh variabel *attachment style* terhadap *celebrity worship* sebesar 28,1% ($R^2 = 0,281$)

sedangkan 71,9% *celebrity worship* dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain *attachment style*, *celebrity worship* juga memiliki banyak faktor seperti *self-esteem*, *emotional autonomy* dan lain sebagainya.

Tabel 2. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.530 ^a	.281	.277	13.339

a. Predictors: (Constant), Attachment style

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian pada skala *celebrity worship* yaitu pada kategori rendah dengan persentase sebesar 4,7% atau sebanyak 8 orang responden, dan kategori sedang dengan persentase sebesar 45,3% atau sebanyak 78 orang responden. Sedangkan kategori tinggi dengan persentase sebesar 50,0% atau sebanyak 86 orang responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar dari individu dewasa awal penggemar selebriti Korea di Kabupaten Karawang memiliki *celebrity worship* yang tinggi. Penjelasan menurut Maltby et al (dalam Frederika dan Suprpto, 2015) responden dengan kategorisasi tinggi memiliki *entertainment social*, yaitu individu memiliki ambisi untuk eksplorasi aktif terhadap selebriti; responden yang memiliki kategorisasi tinggi juga memiliki *intense personal feeling*, yaitu memiliki perasaan mendalam dan impulsif terhadap idolanya; terakhir, responden dengan *celebrity worship* tinggi memiliki *borderline pathological*, yaitu aksi seperti kesiapan melakukan apa saja untuk sang idola.

Hasil uji kategorisasi skala *attachment style* menunjukkan frekuensi subjek dengan kategori *secure* berjumlah 20 orang dengan persentase 11,6%, untuk subjek dengan kategori *preoccupied* berjumlah 34 orang dengan persentase 19,8%, kemudian dengan kategori *dismissing* berjumlah 66 orang dengan persentase 38,4%, selanjutnya subjek dengan kategori *fearful* berjumlah 52 orang dengan persentase 30,2%. Maka dapat disimpulkan bahwa frekuensi terbanyak dari individu dewasa awal penggemar selebriti Korea di Karawang memiliki

attachment style kategori paling tinggi adalah *dismissing*, kedua *fearful*, ketiga *Preoccupied*, dan kategori yang paling rendah adalah *secure*. Penjelasan menurut Hofstra, Van Oudenhoven, dan Buunk (dalam Putri, 2019) individu yang memiliki *attachment style dismissing*, seseorang yang memiliki pandangan positif pada diri sendiri tetapi tidak mempercayai orang lain dan terbiasa menghindari kontak dengan lingkungan sosialnya; selanjutnya *attachment style fearful*, memiliki pandangan negatif terhadap dirinya sendiri dan orang lain demi melindungi dirinya dari rasa sakit karena rasa ketidaknyamanan pribadi dan ketidakpercayaan individu terhadap orang lain; *attachment style preoccupied*, memiliki seseorang pandangan negatif terhadap dirinya sendiri tetapi ia memiliki pandangan positif pada orang lain. Selain itu, ia memiliki kekhawatiran kalau tidak disukai orang lain; *attachment style secure*, memiliki pandangan positif pada diri sendiri, mampu mempercayai orang lain dan dapat melakukan interaksi sosial dengan baik.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *attachment style* terhadap *celebrity worship* pada dewasa awal penggemar selebriti Korea di Karawang.

Kepustakaan

- Azwar, S. (2018). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta, Indonesia: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, D. P., & Indrawati, K. R. (2019). *Gambaran celebrity worship pada*

- penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(2), 291-300.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2014). *Teori kepribadian (buku 1)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Frederika, E., Suprpto, M. H., & Tanojo, K. L. (2015). Hubungan antara harga diri dan konformitas dengan celebrity worship pada remaja di Surabaya.
- Laksmi, A. (2019). Hubungan antara status identitas diri dengan Celebrity Worship pada remaja akhir penggemar Korean Pop di Kota Malang. *Doctoral dissertation*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Maulida, A., Viridanda, W. Y., Nisa, H., & Sari, N. (2021). Tingkat pemujaan selebriti pada komunitas penggemar k-pop di Aceh. *Seurune: Jurnal Psikologi Unsyiah*, 4(1), 48-74.
- Nurdiani, A. F., & Mulyono, R. (2019). Pengaruh dukungan sosial dan attachment style terhadap perasaan kesepian pada remaja yang tinggal di panti asuhan khazanah kebajikan. *Tazkiya: Journal of Psychology*, 2(2).
- Papalia, D. E., Feldman, R. D. (2014). *Experience human development*. [Menyelami Perkembangan Manusia]. (Alih Bahasa : F. Herarti). Jakarta: Salemba Hunamika.
- Prasetyaningrum, S., & Rahma, F. O. (2015). Kepribadian terhadap gaya kelekatan dalam hubungan persahabatan. *Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(2), 153-168.
- Putri, D. R. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi celebrity worship. *Bachelor's thesis*. Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Renanda, S. (2018). Hubungan kelekatan dan kepuasan hubungan romantis pada mahasiswa politeknik kesehatan Dr. Soepraoen Malang yang di Mediasi oleh Kepercayaan. *Jurnal Ecopsy*, 5(1), 29-35.
- Sherly, Y. B. (2019). Hubungan antara celebrity worship dengan perilaku imitasi pada remaja. *Doctoral dissertation*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Syukmawati, Y. (2014). Pengaruh big five personality dan attachment style terhadap agresivitas: studi pada pelajar di SMAN 6 Jakarta.