

# HUBUNGAN ANTARA KONSEP DIRI DENGAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA REMAJA PECINTA KOREA DI MANADO DITINJAU DARI JENIS KELAMIN

Astrid Lingkan Mandas; Suroso; Dwi Sarwindah S  
Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[lingkanmandas@gmail.com](mailto:lingkanmandas@gmail.com); [suroso@untag-sby.ac.id](mailto:suroso@untag-sby.ac.id); [wendy\\_psi@yahoo.com](mailto:wendy_psi@yahoo.com)

**ABSTRAK:** Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana hubungan antara konsep diri dengan celebrity worship dan melihat apakah ada perbedaan celebrity worship antara laki-laki dan perempuan pada remaja pecinta Korea di Manado. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah 84 remaja pecinta Korea di Manado yang tergabung dalam 4 fandom yakni EXO-L, A.R.M.Y, BLINKS, dan ONCE. Hasil analisis korelasi product moment menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara konsep diri dengan celebrity worship ( $r_{xy} = -0,771$  pada  $p = 0,000$ ). Analisis data menggunakan uji mann-whitney menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan celebrity worship antara laki-laki dan perempuan ( $Z = -0,157$  pada  $p = 0,876$ )

**Kata kunci :** celebrity worship; konsep diri

**ABSTRACT:** *The purpose of this study is to see the correlation between self-concept and celebrity worship and to see differences in celebrity worship between male and female among Korean lovers teens in Manado. This research uses quantitative method. The subjects of this study were 84 teenage Korean lovers in Manado who joined in 4 fandom ie EXO-L, A.R.M.Y, BLINKS, and ONCE. Data analysis using product moment correlation and mann-whitney test. The result of product moment correlation analysis shows that there is a significant negative relationship between self concept and celebrity worship ( $r_{xy} = -0,771$  at  $p = 0,000$ ). Data analysis using mann-whitney test showed that there was no difference of celebrity worship between male and female ( $Z = -0.157$  at  $p = 0,876$ ).*

**Keywords :** *celebrity worship; self-concept*

## Pendahuluan

Gelombang budaya Korea telah melanda Asia Timur selama beberapa dekade terakhir. Tidak hanya Asia Timur, sekarang bahkan diluar Asia. Budaya pop Korea sering disebut sebagai *Hallyu* atau *Korean Wave* yang mengacu pada

penyebaran budaya Korea Selatan di seluruh dunia atau kecintaan terhadap eksport budaya Korea Selatan. Fenomena ini dilatarbelakangi oleh kesuksesan Korea di Piala Dunia tahun 2002. Kemenangan itu membuat prestise Korea naik di mata dunia. Korea sudah

mempersiapkan ini dua puluh tahun sebelumnya, dimana Korea mempersiapkan komoditinya untuk menguasai pasar dunia. Selain kesuksesan Korea mengungguli Jepang di Piala Dunia tahun 2002, tayangan drama televisi, film dan musik yang tersebar sampai ke Jepang dan sebagian besar negara-negara di Asia juga turut menjadi bagian dari kesuksesan *hallyu*. Ekspor tayangan tersebut disebutkan menggantikan ekspor budaya pop Jepang (Onishi dalam Lee, 2011).

Tahun 1980 Korea berada dalam ketidakpastian karena hutang negara yang besar terutama kepada Jepang. Keterpurukan Korea sebenarnya sudah berlangsung sejak tahun 1910 di masa kolonialisme Jepang yang menjadikan Korea sebagai wilayah protektorat (Seth dalam Hennida dkk, 2010), namun demikian pada akhir 90'an tepatnya 1997 Korea bangkit dari keterpurukannya dengan menggunakan budaya sebagai motor penggerak perekonomiannya yang dikenal sebagai *Hallyu* (Hong dalam

Hennida dkk, 2010). Korea dalam hal ini memanfaatkan globalisasi budaya sebagai ajang untuk melakukan ekspansi kebudayaan. Hasilnya, *hallyu* sekarang seolah menjadi semacam *influence global* (Pramita & Harto, 2016). *Hallyu* dianggap sebagai salah satu *soft power* Korea Selatan. *Soft power* adalah daya tarik yang bertujuan untuk membuat pihak lain melakukan apa yang diinginkan. *Soft power* bersumber dari aset-aset seperti nilai politik, kebijakan luar negeri, dan kebudayaan dan Korea menggunakan kebudayaan sebagai *soft power*nya (Suryani, 2014).

Dalam konteks *soft power*, yang berkaitan dengan merayu daripada memaksakan untuk mempengaruhi perilaku, fokus pada industri sains, teknologi, dan budaya ini diwujudkan dengan dukungan kuat dari bisnis terbaik dalam produksi dan promosi produk *hallyu* seperti *kpop* dan *kdrama* (Piscarac, 2016). Keberhasilan *hallyu* telah membangun citra Korea Selatan sebagai negara yang maju dan terkesan sangat

menarik, modis, dan dinamis (Pranita & Harto, 2016).

Hallyu dapat terbentuk sebagai *soft power* karena konten budaya populer tersebut diekspor ke berbagai negara dalam bentuk produk budaya antara lain drama televisi, film, musik pop, animasi, dan games. Globalisasi budaya ini tentu saja tidak lepas dari peran teknologi dalam pertukaran informasi antar budaya. Salah satu kunci sukses keberhasilan k-pop berasal dari penggunaan cultural technology atau teknologi budaya, sebuah konsep yang dipopulerkan oleh Lee Soo Man selaku pendiri SM Entertainment.

Hal yang penting dari sebuah ekspansi budaya adalah kemasan. Suatu negara tidak bisa menjajahkan budayanya tanpa adanya kemasan yang menarik layaknya Hallyu. Faktor lain yang menunjang popularitas kebudayaan Korea di dunia adalah karena pemerintah Korea memberikan dukungan yang besar dalam hal ini. Pemerintah Korea Selatan secara masif membantu penyebaran Hallyu dengan menggunakan saluran televisi

internasional seperti Arirang. Hallyu dijadikan proyek nasional oleh pemerintah Korea sebagai bentuk dari soft power (Jae dkk, 2017). Pemerintah Korea Selatan menjalin kerja sama dengan industri musik terbesar di Korea Selatan seperti SM Entertainment, JYP Entertainment, dan YG Entertainment untuk memaksimalkan efek sinergis yang mengkhususkan diri dalam penyebaran hallyu sebagai upaya memperkenalkan, mempromosikan, dan menyebarluaskan budaya Korea di dunia International (Suryani,2015).

Awal mula kesuksesan hallyu di Asia adalah dengan populernya drama Korea berjudul *Endless Love* pada tahun 2000. Kesuksesan drama ini kemudian menjadi pintu sukses bagi drama yang lain seperti *All About Eve*, *Winter Sonata*, *Full House*, *Friends*, *Hotelier* dan *Glass Shoe* (Jae dkk, 2017), kemudian setelah itu muncullah drama-drama lain seperti *Boys Before Flowers* pada tahun 2009. Mulai tahun 2003, k-pop menambah kepopuleran hallyu melalui kehadiran

boyband seperti TVXQ, Super Junior, Bigbang, Shinee dan Girlband seperti SNSD (Girls Generation), Wondergirls, Miss A dll. Tahun 2012, sejak lagu ‘Gangnam Style’ oleh Psy menduduki peringkat tertinggi di papan musik Billboard dan video paling sering ditonton di Youtube membuat mata dunia semakin tertuju pada Korea Selatan (<https://id.wikipedia.org/wiki/Hallyu> diakses pada 18 Juni 2017).

Melalui Hallyu, Korea Selatan gencar-gencarnya menetasakan aktris, aktor, penyanyi melalui industri hiburan yang sudah sangat dikenal sejak 10 tahun terakhir ini tidak hanya di negara-negara Asia saja tapi di luar Asia seperti Amerika dan Afrika. Produk kebudayaan yang berupa k-pop (musik pop), k-drama (drama Korea) dan variety show memang memberi dampak yang besar di berbagai aspek kehidupan di seluruh dunia tidak terkecuali di Indonesia. Di Indonesia kesuksesan *hallyu* memberi dampak pada peningkatan minat masyarakat untuk mempelajari bahasa Korea, minat

masyarakat terhadap produk-produk Korea seperti *fashion* dan kosmetik dan makanan, minat untuk studi mengenai Korea, termasuk minat untuk melakukan perjalanan ke Korea Selatan (Pramita & Harto, 2016), dan masyarakat yang paling terdampak adalah remaja tidak terkecuali remaja di Indonesia.

Kemasan budaya yang menarik berupa *k-pop*, *k-drama* dan *variety show* memang memberi dampak yang besar terhadap remaja di Indonesia khususnya konsep diri. Pengaruh tersebut dapat terlihat dari penampilan, bahasa, bahkan perilaku dari para remaja di Indonesia. Melalui tiga hal tersebut dapat terlihat bagaimana Korea Selatan memainkan *soft power*nya.

Melihat dari segi penampilan, banyak dari remaja yang berpakaian ala korea. Meskipun tidak sepenuhnya meniru cara berpakaian korea tapi paling tidak ada satu unsur dari cara berpakaian korea yang melekat pada cara remaja berpakaian misalnya make-up, model rambut, dan pakaian yang dipakai. Semua

itu diperoleh baik dari boyband, girlband, maupun k-drama yang menjadi favorit remaja. Tidak bisa dipungkiri bahwa dibalik setiap tayangan baik drama maupun musik, industri hiburan dari Korea kerap menyisipkan unsur-unsur budaya berpakaian yang sedang trend di Korea misalnya kosmetik sampai pada pakaian.

Beberapa jurnalis berpendapat bahwa ekspor drama televisi, film, dan musik Korea Selatan berpengaruh terhadap promosi produk budaya lainnya seperti makanan, bahasa, industri pariwisata di Korea Selatan dan juga fashion (Suryani, 2015; KCIS, 2011). Misalnya penampilan ‘no make-up look’ yaitu jenis make-up tipis dan natural ini menjadi trending make up setelah kebanyakan drama Korea menyuguhkan penampilan aktris dan aktornya dengan tampilan natural. Selain itu pakaian seperti school blazer sempat menjadi trending fashion semenjak drama *Boys Before Flower* menjadi tayangan favorit di Indonesia waktu itu. Korea Selatan

mengemas unsur tersebut dengan sangat baik sehingga itulah yang kemudian diserap oleh siapapun yang melihatnya termasuk remaja di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh apa yang dianggap oleh remaja dalam tayangan Korea tersebut menarik dan cocok bagi remaja. Terlebih lagi apabila remaja mendapat respon positif dari lingkungan sekitar. Salah seorang testimoni yang termasuk dalam fandom (fans domain) atau fansclub E.L.F (sebutan untuk fans Super Junior) mengakui bahwa setelah mengubah penampilannya dengan menggunakan kostum ala Korea, teman-temannya memberi komentar positif.

Beberapa tahun terakhir, Korea Selatan telah menjadi salah satu kiblat fashion Asia. Beragam gaya busana ala Korea Selatan, khususnya street style, kerap menjadi inspirasi remaja di negara Asia lain, termasuk Indonesia. Menanggapi fenomena tersebut, Lie Sang-Bong, desainer asal Korea Selatan menjawab secara diplomatis “Fashion memiliki tempat sebagai tren itu sendiri.

Sekarang tidak hanya di Seoul, di Asia pun fashion Korea sangat dikenal.” Lie Sang-Bong menilai kepopuleran fashion Korea Selatan ke belahan dunia lain tidak lepas dari fenomena Hallyu. “Konten budaya Korea sendiri, seperti drama dan film, sangat bisa dibilang mendunia”. Katanya (<https://cantik.tempo.co/read/815206/hallyu-wave-kunci-popularitas-fashion-korea-selatan> diakses pada 18 Juni 2017).

Tidak hanya dari segi penampilan saja, dari cara berbicara juga berbeda dari sebelum dan sesudah terkena dampak Hallyu. Dalam kehidupan sehari-hari, kita akan tahu mana diantara remaja yang sudah terkena dampak Hallyu. Hal tersebut nampak dari ‘jargon’ atau istilah dalam bahasa Korea yang disisipkan dalam pembicaraan seperti ‘aigoo, omo, hwaiting, daebak, heol’ yang tentu saja hanya dipahami oleh remaja sesama pecinta Korea. Apabila individu adalah seorang die-hard (fans fanatik) baik k-drama maupun k-pop, individu tidak hanya menyisipkan sekedar istilah saja

tapi benar-benar berbicara seperti orang Korea. Hal tersebut dipelajari melalui drama dan musik. Apalagi musik k-pop terkenal easy-listening dan enak untuk ditiru. Tidak sedikit remaja yang rela mengambil kursus bahasa Korea, hanya untuk bisa berbahasa Korea. Seorang responden yang tergabung dalam komunitas budaya Korea dari suatu universitas di Surabaya mengatakan “awalnya saya menyukai korea karena k-pop. Lalu saya berpikir mungkin akan keren kalau saya bisa berbicara dengan bahasa Korea seperti para oppa yang ganteng itu. Akhirnya saya ikut kursus bahasa Korea di kampus ini. Ternyata bahasanya tidak terlalu sulit untuk dipelajari. Justru lebih sulit bahasa Jepang menurut saya.”

Selain cara berpenampilan dan berbahasa, peran Hallyu juga terlihat dari perilaku remaja di Indonesia. Hal yang unik ditemukan dari individu yang bergabung dengan salah satu fandom dalam hal ini fandom k-pop. Ciri khas suatu boyband dan girlband yang paling

menyolok adalah ketampanan dan kecantikan dari masing-masing personil dan hal itu kerap membuat para fansnya seperti kehilangan akal sehat apalagi ketika para fans melihat idolnya secara langsung di depan mata seperti pada saat sedang konser. Perilaku yang muncul ketika individu terlalu mengidolakan salah satu personil adalah individu menganggap personil tersebut sebagai suami/istrin yang hanya miliknya seorang sehingga apabila ada antifan atau haters yang mengkritik atau bahkan menghina idolnya, individu tersebut akan melontarkan hinaan dan kritikan untuk membalas haters/fandom yang mengkritik idolnya. Hal ini disebut sebagai Fan War atau perang fans.

Kehadiran Hallyu di tanah air memang seperti demam yang menyerang kaum remaja. Sebelum Korea Selatan menjajahkan budayanya, budaya Barat sebenarnya sudah terlebih dahulu masuk ke Indonesia dan sempat bertahan untuk beberapa saat. Budaya dari Barat memang cukup memberikan pengaruh besar

terhadap Indonesia akan tetapi unsur terlalu bebas yang terkandung dalam budaya tersebut cenderung menimbulkan kontroversi di Indonesia sehingga semua unsur budaya Barat tidak bisa diterima di Indonesia. Berbeda dengan Hallyu, budaya ini sangat cepat melekat di hati masyarakat Indonesia dalam hal ini remaja karena ada banyak nilai-nilai kebudayaan yang hampir sama dengan nilai kebudayaan yang ada di Indonesia, misalnya menghormati orang yang lebih tua dan cara berpakaian.

Berkaca dari karakteristik masa remaja, maka pemaparan di atas sesuai dengan diri remaja. Salah satu ciri masa remaja sebagai masa dimana individu mengembangkan diri melalui proses interaksi dengan lingkungan dimana individu menganggap orang / hal lain sebagai bagian dari dirinya yang bertujuan untuk membentuk 'ego ideal' berupa cita-cita, termasuk idola yang menggambarkan wujud ego di masa depan. Masa remaja sebagai masa mencari identitas. Remaja mulai sibuk

dengan problem 'siapa saya' (Erickson dalam Santrock, 2007). Masa remaja juga adalah masa dimana individu cenderung tidak realistis dimana individu memandang dirinya sebagai apa yang diinginkan, bukan sebagaimana adanya, artinya remaja memiliki idealisme yang cukup berlebihan terkait dirinya.

Semakin remaja mengenal hallyu membuat remaja semakin menjadikan k-pop sebagai panutan sehari-hari. Hal ini tentu saja berdampak pada remaja yang akan semakin menjauh dari budaya aslinya dan bahkan tidak begitu tertarik dengan budaya lokalnya. Kemasan budaya yang menarik dalam bentuk K-Drama dan K-Pop mengontaminasi budaya yang ada di Indonesia, dan masyarakat yang paling terdampak adalah remaja yang memang pada dasarnya adalah usia dimana individu sedang mencari identitas sehingga remaja mengalami yang dinamakan dengan krisis identitas. Salah satu ciri dari identitas diri adalah individu tersebut memiliki konsep diri.

Calhoun dan Acocella (1990) mengemukakan bahwa konsep diri adalah bagaimana individu melihat dirinya yang terdiri dari pengetahuan, pengharapan, dan penilaian terhadap dirinya sendiri. Konsep diri dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti orangtua, teman sebaya, dan masyarakat. Yang artinya penilaian terhadap diri individu tidak semata-mata terjadi karena persepsi individu sendiri melainkan juga sebagai hasil dari interaksi dengan orang lain dimana penilaian orang lain berpengaruh pada pembentukan konsep diri individu.

Remaja yang dikatakan memiliki konsep diri positif adalah ketika kehadiran idola pop Korea tidak membuat individu menjadi sama persis dengan idolanya. Apabila melihat dari teori belajar model yang diperkenalkan Bandura tentang proses yang terjadi dalam modelling, dapat dilihat mana remaja yang memiliki konsep diri yang positif dan mana yang negatif. Berdasarkan teori belajar sosial Bandura (1997) melalui perilaku modelling



terdapat beberapa proses yakni perhatian (attention), pengendapan (retention), reproduksi motorik (reproduction), dan penguatan (motivation).

Perhatian (attention) yaitu ketika idol hallyu hadir sebagai model, individu akan memfokuskan perhatiannya pada setiap aspek dalam diri idol mulai dari cara berpakaian, cara berbicara, cara berperilaku. Kedua yaitu pengendapan (retention), apa yang diamati oleh individu dari idol hallyu masuk ke dalam memori individu. Ketiga reproduksi motorik (reproduction), yaitu kemampuan individu untuk merealisasikan aspek-aspek idol hallyu yang masuk ke dalam memori individu untuk dimanifestasikan dalam perilaku. Dalam proses ini dapat terlihat mana individu yang memiliki konsep diri yang positif dan mana yang negatif. Perilaku yang dipelajari oleh individu melalui model idolnya selanjutnya akan direalisasikan dalam bentuk tindakan baru. Pada saat memunculkan tindakan tersebut individu tentu harus berlatih, yang artinya perilaku

tersebut akan diulang-ulang sambil individu membandingkan dirinya dengan perilaku model dalam memorinya. Pada tahap ini terjadi proses berpikir oleh individu tentang apakah perilaku yang dimunculkan tersebut cocok atau tidak dengan dirinya. Individu dengan konsep diri yang positif tentu saja akan mempertimbangkan apakah perilaku itu pantas dan sesuai tidak hanya untuk dirinya tapi juga untuk lingkungannya. Individu dengan konsep diri yang negatif tidak melakukan filter tersebut dan menerima setiap aspek dalam diri idola secara mentah, misalnya cara berpakaian idol, cara berbicara maupun cara berperilaku. Keempat penguatan (motivation) yaitu seberapa baik kemampuan individu memodel perilaku idola. Penguatan menjadi relevan ketika ada timbal balik yang baik dari lingkungan tentang perilaku yang benar. Individu dengan konsep diri yang positif melibatkan pendapat dari lingkungan sebagai bentuk evaluasi karena individu sadar bahwa konsep diri yang baik adalah

terbentuk atas dua penilaian yakni penilaian terhadap diri sendiri dan penilaian lingkungan terhadap dirinya, sedangkan individu yang memiliki konsep diri yang negatif hanya melihat satu sudut pandang yakni dari dirinya sendiri dan mengabaikan penilaian dari lingkungan.

Bandura (1997), menjelaskan bahwa modeling merupakan suatu perubahan pada diri individu terhadap tingkah laku atau perilaku model yang ditiru, kebanyakan tingkah laku seseorang terjadi karena pengamatan atau belajar model. Model yang ditiru bukan hanya orang-orang yang konkrit ada, melainkan juga model-model yang simbolis yang dilihat pada televisi atau dibaca dalam buku. Rahmaningsih & Martani (2014) dalam penelitiannya menemukan bahwa pengamatan terhadap tokoh-tokoh menghasilkan gambaran yang berperan terhadap dinamika konsep diri remaja melalui mekanisme perbandingan sosial dan modeling.

Konsep diri dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah

*significant others* atau orang-orang yang dianggap penting (Rice & Dolgin dalam Rahmaningsih & Martani, 2014). Seiring dengan berkembangnya media massa dan budaya populer membuat tokoh-tokoh dalam media massa menjadi salah satu orang yang dianggap penting oleh remaja saat ini (Giles & Maltby dalam Rahmaningsih & Martani, 2014).

Media massa menghadirkan figur suatu idola yang memberikan dampak pada persepsi remaja terhadap dirinya sehingga remaja secara aktif dan kreatif mengidentifikasi simbol-simbol kultural guna membentuk konsep dirinya (Jannah, 2014). Dalam sebuah penelitian yang lain yang dilakukan oleh Kurniati, dkk (2015) menemukan bahwa dampak budaya Korea terhadap remaja adalah identitas diri yang rendah. Remaja yang terkena dampak budaya pop Korea meniru unsur-unsur budaya dari tayangan televisi, drama, dan lagu yang bernuansa Korea dan hal itu nampak dari cara remaja berpenampilan.

Perilaku modeling terjadi ketika

ada sosok idola yang diidolakan oleh individu dalam hal ini aktris dan aktor dari Korea yang lahir melalui hallyu. Remaja fans hallyu adalah mereka yang terobsesi dengan selebriti, artis, film, program televisi, band, dan lain-lain. Remaja pecinta budaya Korea akan mampu untuk meng- hapal lirik lagu artis kesayangan dan kalimat dalam sebuah film favorit (Hills dalam Sari, 2013) atau memakai atribut yang berkaitan dengan artis kesayangannya, rela mengantri tiket konser sang artis, serta mengetahui setiap detail kehidupan pribadi dan pekerjaan artis (Lewis dalam Sari, 2013). Obsesi remaja fans hallyu ini disebut sebagai *Celebrity Worship*.

Menurut Maltby (dalam Widjaja dan Ali, 2015), *Celebrity worship* adalah sebuah bentuk identitas yang terdapat di dalam diri individu yang membantu proses pemaknaan dan identifikasi terhadap selebriti idola sebagai upaya untuk mengembangkan sebuah identitas diri dan rasa pemenuhan dalam individu tersebut.

Tiga aspek dalam *celebrity worship* adalah *entertainment - social, intense - personal*, dan *borderline - pathological*. Menurut Raviv (dalam Darfiyanti & Putra, 2012) pemujaan merupakan bentuk kekaguman dengan intensitas yang tidak biasa dan penghormatan terhadap idola. Bentuk kekaguman tersebut membentuk perilaku memuja selebriti tertentu yang disebut *celebrity worship*. McCutcheon berspekulasi bahwa sifat yang dimiliki oleh *celebrity worshipper* (fans) mirip dengan sifat kecanduan. Makin tinggi tingkat kecanduan terhadap sosok selebriti, maka semakin tinggi tingkat pemujaan seseorang dan berpengaruh pada semakin tinggi pula tingkat keterlibatannya dengan sosok idola (*celebrity involvement*) (Widjaja & Ali, 2015).

Apabila dilihat dari jenis kelamin, perempuan lebih meminati budaya Korea dibanding laki-laki. Hasil penelitian dari Syam (2015) menunjukkan bahwa 74 % remaja perempuan menaruh minat yang tinggi terhadap budaya Korea sedangkan

laki-laki 13 %. Syam menjelaskan bahwa keadaan demikian disebabkan karena siaran Korea lebih menyentuh pada unsur perempuan secara umum. Banyak film ataupun drama Korea menyentuh pada cinta, kasih sayang dan kesedihan dimana sifat-sifat tersebut banyak dimiliki oleh perempuan daripada laki-laki.

Berdasarkan pemaparan masalah di atas maka yang menjadi dasar peneliti mengangkat judul ini adalah ketika *hallyu* hadir dengan kemasan budaya yang menarik, membuat remaja terobsesi dengan aktris, aktor, ataupun idol *k-pop* sehingga menimbulkan kekaguman yang tidak biasa. Kekaguman ini mengarah kepada keterlibatan remaja dengan sosok idola kesayangan atau disebut *celebrity involvement*. Masa remaja yang pada dasarnya adalah masa pengembangan diri dimana orang / hal lain dianggap sebagai bagian dari dirinya sendiri, masa mencari identitas, dan masa yang tidak realistis membuat sosok selebriti sebagai significant others yang berperan penting dalam dirinya. Remaja melakukan

perilaku modelling yaitu dengan mencari informasi dengan idola baik itu lagu, atribut dan detail kehidupan pribadi dari sang idola, setelah itu remaja mengolah informasi yang didapatkan, mengidentifikasi unsur-unsur idola tersebut dengan dirinya, melihat mana yang cocok dengan dirinya kemudian menggunakan identifikasi itu untuk membentuk ego idealnya. Hal ini menunjukkan bahwa remaja memiliki konsep diri yang negatif. Dampak dari konsep diri yang negatif adalah kecenderungan remaja untuk melakukan *celebrity worship*.

Tujuan dalam penelitian ini adalah hendak menjawab hipotesis yang pertama ada hubungan antara konsep diri dengan *celebrity worship*. Hipotesis yang kedua yaitu ada perbedaan *celebrity worship* antara laki-laki dan perempuan.

### ***Celebrity Worship***

Maltby & Liza (dalam Sunarni, 2015), mengatakan bahwa "*celebrity worship is a parasocial relationship (one*

*side relationship in which an individual know the other, but the other does not.*" atau hubungan para sosial atau hubungan satu sisi, dimana individu mengenal yang lain, tetapi yang lain tidak. *Celebrity worship* adalah identitas struktur yang terdapat di dalam diri individu yang membantu penyerapan psikologis terhadap selebriti idola dalam upaya untuk membangun identitas diri individu tersebut.

*Celebrity worship* adalah perilaku obsesi individu untuk terlalu terlibat di setiap kehidupan selebriti, sehingga terbawa dalam kehidupan sehari-hari individu tersebut. *Celebrity worship* dipengaruhi oleh kebiasaan seperti melihat, mendengar, membaca dan mempelajari tentang kehidupan selebriti secara berlebihan hingga menimbulkan sifat empati, identifikasi, obsesi, dan asosiasi yang menimbulkan konformitas (Maltby dkk dalam Kusuma, 2014; Widjaja & Ali, 2015).

Remaja yang sedang dalam proses pencarian jati diri akan senantiasa

mencari sebuah contoh yang mereka anggap menarik dan mempunyai nilai-nilai ideal bagi remaja (Santrock dalam Sunarni, 2015) memaparkan bahwa ketika remaja mengeksplorasi dan mencari identitas budayanya, remaja seringkali bereksperimen dengan peran-peran yang berbeda. Selebriti merupakan salah satu dari berbagai model yang dijadikan remaja contoh untuk bereksperimen dengan peran berbeda-beda.

*Celebrity worship* biasanya melibatkan satu atau lebih selebriti yang sangat disukai oleh individu seakan-akan tidak bisa terlepas dari hal-hal yang berhubungan dengan selebriti tersebut.

*Celebrity worship* adalah perilaku obsesif individu untuk terlalu terlibat dalam kehidupan idola selebriti atau sebuah kekaguman yang tidak biasa yang menimbulkan kecanduan sehingga terjadi penyerapan psikologis terhadap selebriti idola melalui aktivitas melihat, mendengar, membaca dan mempelajari kehidupan selebriti secara berlebihan.

Menurut Maltby, dkk (dalam Widjaja & Ali), *celebrity worship* dibagi menjadi tiga aspek yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological*.

*Entertainment - Social* merupakan aspek yang digambarkan dengan motivasi yang mendasari pencarian aktif fans terhadap *celebrity*. Keterlibatan fans dengan *celebrity* idola yang bertujuan untuk hiburan atau menghabiskan waktu, yang didasari oleh ketertarikan fans terhadap bakat, sikap, perilaku, dan hal yang dilakukan oleh *celebrity* tersebut. Biasanya kegiatan pencarian aktif fans dilakukan dengan penggunaan media sebagai sarana untuk mencari informasi mengenai *celebrity* idola. Pada aspek ini, fans juga merasa bahwa penting atau senang membicarakan *celebrity* idolanya dengan orang banyak dan juga senang membicarakan fans lain yang juga mengidolakan *celebrity* yang sama.

*Intense-personal* merupakan aspek yang menggambarkan perasaan yang intensif dan kompulsif terhadap *celebrity*

dan hampir mendekati perasaan obsesif fans terhadap *celebrity* idolanya. Fans memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun tentang *celebrity* idolanya, mulai dari berita terbaru hingga informasi mengenai pribadi *celebrity*. Rasa empati yang tinggi yang dirasakan fans terhadap idolanya membuat fans merasa memiliki ikatan khusus dengan *celebrity* idolanya bahkan ikut merasakan apa yang terjadi dengan *celebrity* tersebut.

*Borderline - pathological* merupakan tingkatan paling tinggi atau mendalam dari hubungan keterlibatan fans dengan *celebrity*. Hal ini digambarkan dalam sikap seperti kesediaan untuk melakukan apa pun demi *celebrity* tersebut meskipun apa yang dilakukan melanggar hukum; fans mulai berfantasi dan berkhayal memiliki kedekatan khusus dengan *celebrity* idolanya; fans memiliki keyakinan idolanya akan menolong saat fans tersebut membutuhkan bantuan. Fans yang seperti ini tampak memiliki pemikiran yang tidak terkontrol dan

menjadi irasional.

Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi *celebrity worship* (McCutcheon dkk dalam Kusuma, 2014) yaitu :

*Usia.* Celebrity worship mencapai puncaknya pada usia remaja, dan menurun perlahan pada usia dewasa.

*Ketrampilan sosial.* Individu dengan ketrampilan sosial yang buruk menganggap *celebrity worship* sebagai kompensasi atas tidak terjadinya hubungan sosial yang nyata.

*Jenis kelamin.* Laki-laki lebih cenderung mengidolakan selebriti perempuan, sedangkan perempuan cenderung memilih selebriti laki-laki sebagai idolanya.

### **Konsep Diri**

Konsep diri merupakan suatu konstruk yang mempengaruhi setiap aspek dari pengalaman hidup manusia seperti cara berpikir, emosi, persepsi dan perilaku individu. Cara pandang indi-

vidu terhadap dirinya akan membentuk suatu konsep dirinya sendiri. Konsep tentang diri merupakan hal-hal yang penting bagi kehidupan individu karena konsep diri menentukan bagaimana individu bertindak dalam berbagai situasi (Calhoun dan Acocella, 1990).

Pengharapan mengenai diri akan menentukan bagaimana individu akan bertindak dalam hidup. Hal ini karena konsep diri merupakan bagian diri yang mempengaruhi setiap aspek pengalaman baik itu pikiran, perasaan, persepsi, maupun tingkah laku individu (Calhoun dan Acocella, 1990). Sama seperti yang dikatakan oleh Mead (dalam Burns, 1993) bahwa konsep diri merupakan pandangan, penilaian, dan perasaan individu mengenai dirinya yang timbul sebagai hasil dari suatu interaksi sosial. Artinya, konsep diri adalah pandangan individu tentang dirinya yang berisi tentang pengetahuan tentang diri, pengharapan individu, dan penilaian individu mengenai dirinya yang timbul akibat suatu interaksi sosial yang berpengaruh pada

setiap tindakan dalam hidupnya.

Stuart (dalam Syam'ani, 2011) mendefinisikan konsep diri sebagai semua pikiran, keyakinan dan kepercayaan yang membuat seseorang mengetahui tentang dirinya dan mempengaruhi hubungannya dengan orang lain. Hal tersebut serupa dengan yang dikemukakan oleh Potter dan Perry (dalam Syam'ani, 2011) yang mengemukakan bahwa konsep diri adalah pandangan individu terhadap dirinya sendiri yang merupakan kombinasi dari pikiran, sikap dan persepsi yang disadari atau tidak. Singkatnya, konsep diri adalah pandangan semua pikiran, sikap dan persepsi, keyakinan dan kepercayaan yang disadari atau tidak yang membuat individu mengetahui tentang dirinya dan mempengaruhi hubungannya dengan orang lain.

Konsep diri adalah gambaran individu secara utuh tentang dirinya yang berisi tentang pengetahuan, penilaian, harapan dan keyakinan tentang dirinya dari berbagai aspek dalam hidupnya

seperti fisik, psikologis, emosi, dan sosial dari individu yang diperoleh melalui pengalaman interaksi dengan orang lain yang berpengaruh pada cara individu bertindak dalam kehidupannya.

Menurut Calhoun & Acocella (1990) terdapat tiga dimensi konsep diri yaitu pengetahuan diri (*knowledge*), harapan diri (*expectation*), penilaian diri (*evaluation*).

Pengetahuan diri (*knowledge*) yaitu pengetahuan seseorang tentang dirinya sendiri, yakni sejumlah label yang melekat pada diri seseorang yang menggambarkan orang tersebut. Remaja yang tergabung dengan fandom hallyu akhirnya akan menambah luas pengetahuan tentang daftar julukan dari dirinya misalnya 'saya exo-L, saya hallyu dan sebagainya. Pengetahuan ini kemudian akan dimasukkan ke dalam diri mentalnya dan akan terjadi proses perbandingan kualitas diri disini.

Harapan diri (*expectation*) yaitu harapan diri mengacu pada *ideal self*, yaitu harapan terhadap diri sendiri tentang



bagaimana diri seharusnya yang diidealkan. Mengenal *hallyu* dan tergabung dalam fandom membuat individu ingin menjadi seperti artis idolanya melalui proses identifikasi.

Penilaian diri (*evaluation*) yaitu penilaian yang dilakukan setiap individu terhadap dirinya sendiri setiap hari akan diukur dengan mengajukan pertanyaan apakah diri bertentangan dengan (a) 'saya dapat menjadi', yakni pengharapan bagi diri individu itu sendiri dan (b) 'saya seharusnya menjadi apa' yaitu standar individu bagi dirinya sendiri. Hasil pengukuran dari dua pertanyaan ini disebut sebagai rasa. Ketika idol *celebrity hallyu* hadir sebagai standar pengukuran diri bagi individu yang dapat menjadi pengharapan dirinya akan berpengaruh terhadap standar individu bagi dirinya sendiri. Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan untuk mengukur konsep diri mengacu pada konsep diatas.

Ketika individu lahir, individu tidak memiliki pengetahuan tentang dirinya, tidak memiliki penilaian terhadap

diri sendiri, namun seiring dengan berjalannya waktu individu mulai bisa membedakan antara dirinya, orang lain dan benda-benda di sekitarnya, dan pada akhirnya individu mulai mengetahui siapa dirinya, apa yang diinginkan serta dapat melakukan penilaian terhadap dirinya sendiri (Calhoun dan Acocella, 1990).

Faktor yang mempengaruhi konsep diri menurut Calhoun dan Acocella (1990) yaitu :

*Orangtua.* Orangtua adalah kontak sosial yang paling awal dan paling kuat. Apa yang dikomunikasikan oleh orangtua pada anak lebih menancap dari- pada informasi lain yang diterima sepanjang hidupnya. Orangtua mengajarkan bagaimana menilai diri sendiri dan orangtua yang lebih banyak membentuk kerangka dasar untuk konsep diri.

*Teman Sebaya.* Penerimaan anak dari kelompok teman sebaya sangat dibutuhkan setelah mendapat cinta dari orang lain dalam mempengaruhi konsep diri. Jika penerimaan ini tidak datang, dibentak atau dijauhi maka konsep diri

akan terganggu. Selain masalah penerimaan atau penolakan, peran yang diukur anak dalam kelompok teman sebaya sangat mempunyai pengaruh yang dalam pada pandangannya tentang dirinya sendiri.

*Masyarakat.* Individu tidak terlalu mementingkan kelahiran mereka, tetapi masyarakat menganggap penting fakta-fakta yang ada pada seorang anak, seperti siapa bapaknya, ras, dan lain-lain. Akhirnya penilaian ini sampai kepada anak dan masuk ke dalam konsep diri. Masyarakat memberikan harapan-harapan kepada anak dan melaksanakan harapan tersebut. Jadi dalam pembentukan konsep diri orangtua, teman sebaya, dan masyarakat memiliki peranan yang sangat penting dalam memberitahu individu bagaimana mengidentifikasi diri.

### ***Modelling***

Teori belajar modelling merupakan teori yang dikemukakan oleh Albert Bandura, dimana modelling adalah proses

belajar dengan mengamati tingkah laku atau perilaku dari orang lain di sekitar kita. Modelling yang artinya meniru, dengan kata lain juga merupakan proses pembelajaran dengan melihat dan memperhatikan perilaku dari orang lain kemudian mencontohnya. Hasil dari modelling atau peniruan tersebut cenderung menyerupai bahkan sama perilaku dengan perilaku orang yang ditiru tersebut (Bandura, 1967).

Modelling dalam belajar merupakan dasar percepatan belajar juga merupakan suatu konsep bagi proses memproduksi atau membentuk perilaku yang dipelajari melalui mengobservasi orang lain. Prinsip dari modelling sederhana yaitu 'memamerkan' perilaku seseorang. Prosedur ini memanfaatkan proses belajar melalui pengamatan, dimana perilaku seseorang atau beberapa orang model atau teladan berperan sebagai perangsang terhadap pikiran, sikap, atau perilaku pengamat.

Kemampuan mengamati merupakan penekanan pada modelling.

Melalui pengamatan yang dilakukan, individu tidak perlu belajar secara trial and error. Hasil pengamatan tersebut akan disimpan dalam bentuk simbol yang akan digunakan pada saat yang diperlukan. Bandura percaya bahwa individu bisa mengembangkan perilaku dengan pola-pola baru dalam berbagai situasi tanpa penguatan eksternal, melainkan cukup dengan kehadiran model yang bisa diamati atau dicontoh pada saat itu. Walaupun demikian, fungsi dari pemerkuat eksternal. Walaupun demikian fungsi dari pemerkuat eksternal tidak diabaikan, pemerkuat eksternal ini berfungsi sebagai informasi (memberikan gambaran mengenai efek-efek dari perilaku terhadap lingkungan) (Ibid dalam Falah, 2004).

Bandura juga percaya bahwa emosi dapat dipelajari secara vicarious, misalnya dapat belajar emosi melalui televisi. Peran yang dimainkan oleh pemain sinetron atau film di televisi dapat menggugah emosi kita untuk melakukan modelling yang sama (Ibid dalam Falah,

2004)

### Metodologi

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 28 s.d. 29 Mei 2018. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini yaitu remaja pecinta Korea di Manado yang tergabung dalam empat fandom besar yakni EXO-L, ARMY, BLINKS, dan ONCE sebanyak 84 orang yang diperoleh dengan menggunakan teknik *cluster random sampling*.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan memberikan skala CAS (*celebrity attitude scale*) untuk mengukur *celebrity worship* yang disusun oleh Maltby dkk (2006) yang kemudian dimodifikasi oleh peneliti dengan menambahkan atau mengganti dengan alasan karena ada beberapa item yang kurang sesuai dengan keadaan di Indonesia. Aspek yang diukur dalam CAS adalah *entertainment - social*, *intense - personal*, dan *borderline - pathological*. Konsep diri diukur melalui tiga dimensi

konsep diri yakni pengetahuan diri, harapan diri, dan penilaian diri dengan menggunakan skala yang dibuat oleh peneliti.

Metode analisis data yang pertama menggunakan teknik korelasi *product moment* untuk menguji hipotesis pertama yaitu ada hubungan antara konsep diri dengan *celebrity worship*. Metode analisis data yang kedua menggunakan uji *mann-whitney* untuk melihat perbedaan *celebrity worship* antara laki-laki dan perempuan.

### Hasil dan Pembahasan

Hipotesis pertama adalah ada hubungan negatif antara konsep diri dengan *celebrity worship*. Setelah dilakukan uji statistik korelasi *product moment* dengan menggunakan program SPSS versi 20.0 diperoleh koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = -0,771 dengan taraf signifikansi  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ) yang berarti ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara konsep diri dengan *celebrity worship*.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah ada perbedaan *celebrity worship* antara laki-laki dan perempuan. Hasil uji *mann-whitney* diperoleh nilai koefisien  $Z$  sebesar -0,157 dan taraf signifikansi sebesar 0,876 ( $p > 0,05$ ) yang berarti tidak terdapat perbedaan *celebrity worship* antara laki-laki dan perempuan.

Hal lain yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain yang pertama hasil analisis untuk menguji hubungan antara konsep diri dengan *entertainment - social* yang dilakukan dengan uji statistik korelasi *product moment* diperoleh koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = -0,779 dengan taraf signifikansi  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ) yang berarti ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara konsep diri dengan *entertainment - social*. Apabila melihat dari uji regresi sederhana, sumbangan efektif konsep diri terhadap *entertainment-social* sebesar 0,446 ( $r$  square). Hal ini berarti konsep diri memberikan pengaruh sebesar 44,6 % terhadap *entertainment-social*. Kedua adalah hasil analisis untuk menguji

hubungan antara konsep diri dengan *intense-personal* yang dilakukan dengan uji statistik korelasi *product moment* diperoleh koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = -0,625 dengan taraf signifikansi  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ) yang berarti ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara konsep diri dengan *intense-personal*. Apabila melihat dari uji regresi sederhana, sumbangan efektif konsep diri terhadap *intense-personal* sebesar 0,607 (r square). Hal ini berarti konsep diri memberikan pengaruh sebesar 60,7 % terhadap *intense-personal*. Ketiga adalah hasil analisis untuk menguji hubungan antara konsep diri dengan *borderline - pathological* yang dilakukan dengan uji statistik korelasi *product moment* diperoleh koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = -0,610 dengan taraf signifikansi  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ) yang berarti ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara konsep diri dengan *borderline - pathological*. Apabila melihat dari uji regresi sederhana, sumbangan efektif konsep diri terhadap *borderline - pathological* sebesar 0,372 (r square). Hal ini berarti bahwa konsep diri memberikan pengaruh sebesar 37,2 % terhadap *borderline - pathological*. Keempat adalah hasil analisis untuk menguji perbedaan *entertainment-social* antara laki-laki dan perempuan yang dilakukan dengan uji T-test diperoleh nilai koefisien F sebesar 3,691 dengan taraf signifikansi  $p = 0,634$  ( $p > 0,05$ ) yang berarti tidak terdapat perbedaan *entertainment-social* antara laki-laki dan perempuan. Kelima adalah hasil analisis untuk menguji perbedaan *intense-personal* antara laki-laki dan perempuan yang dilakukan dengan uji mann-whitney diperoleh nilai koefisien Z sebesar -0,959 dengan taraf signifikansi  $p = 0,338$  ( $p > 0,05$ ) yang berarti tidak terdapat perbedaan *intense-personal* antara laki-laki dan perempuan. Keenam adalah Hasil analisis untuk menguji perbedaan *borderline - pathological* antara laki-laki dan perempuan yang dilakukan uji mann-whitney diperoleh nilai koefisien Z sebesar -1,097 dengan taraf signifikansi  $p$

= 0,273 ( $p > 0,05$ ) yang berarti tidak terdapat perbedaan *borderline - pathological* antara laki-laki dan perempuan.

### Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa yang pertama ada hubungan negatif antara konsep diri dengan *celebrity worship* yang artinya semakin negatif konsep diri maka semakin tinggi *celebrity worship*, begitu juga sebaliknya, semakin positif konsep diri maka semakin rendah *celebrity worship*. Kedua, tidak terdapat perbedaan *celebrity worship* antara laki-laki dan perempuan, artinya dalam memuja sosok selebriti idola, baik laki-laki maupun perempuan menjadi sama.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah terkait dengan pengukuran terhadap variabel tergantung yang diukur sebagai suatu bentuk kesatuan dalam *celebrity worship*, sehingga hasil yang didapatkan adalah hasil secara umum dan tidak spesifik. Penelitian selanjutnya

diharapkan mengukur masing-masing aspek *celebrity worship* yakni *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological* untuk memperoleh hasil yang lebih spesifik. Penelitian selanjutnya juga diharapkan untuk berfokus pada subjek dewasa awal.

### Diskusi

Penelitian ini membuktikan bahwa terdapat hubungan negatif sangat signifikan antara konsep diri dengan *celebrity worship*. *Celebrity worship* adalah suatu perilaku dimana unsur utamanya adalah penyerapan psikologis terhadap sosok idola selebriti demi membangun sebuah identitas diri. Penyerapan psikologis berarti segala sesuatu yang terdapat dalam sosok idola tersebut diserap dan dimaknai oleh individu dalam hal ini remaja baik dari cara berpakaian, berbahasa, berbicara, dan berperilaku untuk menjadi tolak ukur dirinya sendiri. Penyerapan psikologi tersebut terjadi dalam tiga tahap atau proses yakni yang pertama adalah

entertainment-social dimana remaja merasa tertarik untuk terlibat dalam kehidupan idola baik bakat, sikap, perilaku, bahkan kebiasaan idola dengan cara melakukan pencarian secara aktif melalui berbagai sosial media sampai pada mempelajari kehidupan idola. Kegiatan ini tentu saja memberikan efek tertentu bagi setiap remaja sehingga tidak menutup kemungkinan berlanjut pada tahap kedua yaitu intense-personal dimana muncul semacam perasaan yang intens dan kompulsif dan mengarah ke perasaan obsesif dari remaja terhadap idolanya. Remaja merasakan ada keterikatan antara dirinya dengan idola bahkan muncul semacam sikap empati dalam diri remaja terhadap idolanya. Semakin dalam keterlibatan remaja pada kehidupan idola (celebrity involvement) mengakibatkan remaja bersikap tidak rasional atau pada tahap tiga disebut borderline-pathological. Remaja mulai berfantasi dan berkhayal tentang idolanya. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa entertainment-social adalah tahap paling

ringan, intense-personal adalah tahap sedang dan borderline-pathological adalah tahap esktrim. Media psikologi sering menyebut borderline-pathological sebagai bentuk “parasosial” yakni sebuah hubungan yang terbentuk antara fans dan idolanya (Giles & Maltby, 2006). Dikatakan parasosial karena hubungan tersebut tidaklah nyata yang hanya terjadi di dunia maya.

“such individuals as possessing some magic ‘charisma’ that seduces the rest of us blindly into their slipstream”,-Giles & Maltby, 2006

Giles dan Maltby (2006) dalam artikelnya hendak menjelaskan bahwa selebriti tertentu memiliki semacam kharisma yang membuat siapapun yang melihatnya seolah dibutakan. Kreativitas media dalam menciptakan dunia artificial bagi remaja dimana selebriti idolanya yang menjadi konten berpengaruh.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ada hubungan yang negatif antara konsep diri dengan celebrity worship dengan koefisien korelasi -0,771 dan taraf

signifikansi  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin negatif konsep diri maka semakin tinggi celebrity worship, begitu juga sebaliknya, semakin positif konsep diri maka semakin rendah celebrity worship. Hal ini dikarenakan remaja yang memiliki konsep diri yang positif seharusnya mengenal dirinya dengan baik, stabil, menerima kelebihan dan kekurangan dirinya, tidak hanya menerima dirinya sendiri tetapi juga orang lain apa adanya, dan memiliki tujuan-tujuan yang realistis akan dirinya sehingga meskipun idola pop korea hadir sebagai hasil dari interaksi budaya, remaja tidak akan mudah terpengaruh. Remaja dengan konsep diri yang positif dalam proses belajar sosial melalui modelling, masih melibatkan proses berpikir ketika memaknai informasi yang diterima (unsur-unsur dalam idola pop korea) sehingga dapat memberikan penilaian seperti “apakah gaya koreanese cocok untuk saya?” dan “apakah lingkungan saya dapat menerima gaya koreanese ini”. Sedangkan apa yang telah

dibuktikan dalam penelitian ini mengatakan bahwa pada faktanya remaja pecinta budaya Korea di Manado memiliki konsep diri yang cenderung negatif sehingga seperti apa yang dikatakan oleh Rice & Dolgin (dalam Rahmaningsih & Martani, 2014) selebriti idola hallyu seolah menjadi orang yang penting baginya. Ketika remaja menganggap selebriti idola sebagai orang yang penting baginya maka kecenderungan celebrity worship semakin tinggi. Apabila melakukan analisis regresi sederhana dengan program spss ver. 20.0, sumbangan efektif konsep diri terhadap celebrity worship, sebesar 0,594 ( $r$  square). Hal ini berarti konsep diri memberikan pengaruh sebesar 59,4% terhadap celebrity worship. Hal ini sejalan dengan penelitian Gleason dkk (2017) mengatakan bahwa interaksi parasosial dan hubungan parasosial antara individu dengan idolanya berhubungan dengan pembentukan identitas pada remaja dan hubungan parasosial terjadi karena konsep diri yang negatif dalam diri



remaja.

Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa tidak ada perbedaan yang berarti celebrity worship pada laki-laki dan perempuan dengan nilai  $Z = -0,157$  pada taraf signifikansi sebesar  $0,876$  ( $p > 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa ketika memuja seorang selebriti idola dalam hal ini idola pop korea, baik laki-laki maupun perempuan tidak terdapat perbedaan. Apabila melihat mean, laki-laki berada pada  $42,08$  dan perempuan pada  $42,92$ . Hal ini berarti, terdapat perbedaan namun tidak berarti. Namun demikian berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti selama proses pengambilan data, hal yang nampak adalah perbedaan dalam cara mengekspresikan kecintaan terhadap selebriti idola antara laki-laki dan perempuan. Baik pada saat pengisian skala maupun wawancara, remaja perempuan cenderung lebih ekspresif dengan berkata seperti “wah! Ini benar-benar menggambarkan apa yang saya rasakan” atau “kenapa ini sesuai

dengan apa yang saya lakukan?” atau berekspresi dengan menjerit senang, heran, tertawa, sedangkan remaja laki-laki cenderung berpikir panjang ketika hendak mengisi angket. Ketika ditanyakan tentang rasa suka terhadap idola, remaja laki-laki cenderung malu dan tidak ingin terlalu frontal dalam menunjukkan kecintaannya seperti remaja perempuan.

### Referensi

- Bandura, A. (1967). The role of modeling processes in personality development. In W. Hartup & N. Smothergill (Eds.), *The young child*. Washington: National Association for the Education of Young Children.
- Burns, R. B., (1993). Konsep Diri : Teori, Pengukuran, Perkembangan, dan Perilaku. Jakarta : Arcan
- Calhoun, J. F., Acocella, J. R., (1990). *Psikologi tentang Penyesuaian dan Hubungan Kemanusiaan*. (Ahli bahasa : Satmoko). Semarang : IKIP Semarang Press.
- Darfiyanti, D., Putra. (2012). Pemujaan terhadap Idola sebagai Dasar Intimate Relationship pada Dewasa Awal : Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Psikologi Kepibadian & Sosial*, *1(2)*, 53-60
- Falah, N. (2004). Aplikasi Teori Modelling dalam Pembinaan Shalat pada Anak. *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, *5(1)*, 47-59
- Hennida, C., Felayati, R. A., Wijayanto, S. H., & Perdana, A. R., 2010. Budaya dan Pembangunan Ekonomi di Jepang, Korea Selatan, dan China. *Jurnal Global & Strategis*, *10(2)*, 248-263

- Jae, J. S., Lee, S. H., & Lee, S. G. 2017. When Indonesians Routinely Consume Korean Pop Culture : Revisiting Jakartan Fans of The Korean Drama Dae Jang Geum. *International Journal of Communication* 11, 2288-2307
- Jannah, M. (2014). Gambaran Identitas Diri Remaja Akhir Wanita yang Memiliki Fanatisme K-Pop di Samarinda. *E-Jurnal Psikologi*, 2(2), 182-194
- KCIS. 2011. The Korean Wave : A New Pop Culture Phenomenon. Korea : The Korean Culture and Information Centre
- Kurniati, A., Indiati., & Yuhanita, N. N. (2015). Dampa Demam Virus Korea Terhadap Identitas Diri Remaja. *Jurnal Transformasi*, 11(1), 54-59
- Lee, S. J. 2011. The Korean Wave : The Seoul of Asia. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 2(1), 85-93
- Maltby, J., dkk (2006). Extreme Celebrity Worship, Fantasi Proneness and Dissociation : Developing The Measurement and Understanding of Celebrity Worship Within A Clinical Personality Context. *Journal of Personality and Individual Differences* 40, 273-283
- Piscarac, D. 2016. Medical K-Dramas : A Cross-Section of South Korea's Global Culture Industry. *Journal of Sociological Studies* 1, 43-60
- Pramita, Y., Harto, S. 2016. Pengaruh Hallyu Terhadap Minat Masyarakat Indonesia untuk Berwisata ke Korea Selatan. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(2), 1-15
- Rahmaningsih, N. D., Martani, W. (2014). Dinamika Konsep Diri pada Remaja Perempuan Pembaca Teenlit. *Jurnal Psikologi UGM*, 41(2), 179-189
- Sunarni. 2015. Pengaruh Celebrity Worship terhadap Identitas Diri Remaja Usia SMA di Kota Yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*, 5(1), 1-8
- Suryani, N. P. E., (2014). Korean Wave Sebagai Instrumen *Soft Power* untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan. *Jurnal Global*, 16(1), 69-83
- Santrock, J. W. (2007). *Psikologi Pendidikan (Edisi Kedua)*. (Penerj. Tri Wibowo B. S). Jakarta : Kencana
- Syam, H. M. (2015). Globalisasi Media dan Penyerapan Budaya Asing : Analisis pada Pengaruh Budaya Populer Korea Di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 54-70
- Widjaja, A. K., Ali, M. M. 2015. Gambaran Celebrity Worship pada Dewasa Awal di Jakarta. *Humaniora Journal*, 6(1), 21-28
- Tempo. (2016, Oktober 26). *Hallyu Wave, Kunci Popularitas Fashion Korea Selatan*. Diakses pada 18 Juni 2017 dari <https://cantik.tempo.co/read/815206/hallyu-wave-kunci-popularitas-fashion-korea-selatan>
- Wikipedia (2016). Hallyu. Diakses pada 18 Juni 2017 dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Hallyu>