

Profil *Character Strengths* dari Tiap Jenis *Celebrity Worship* Penggemar K-Pop

Ayeshah Mahardzika Nurul Islami*, Susandari

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*ayeshamahardzikani@gmail.com, susandari@unisba.ac.id

Abstract. The phenomenon “The Korean Wave or Hallyu Wave” brings people to know the term of K-Pop. Fans of K-Pop are often revealed as a form of worship or Celebrity Worship. Fan behavior towards idols can be assessed in various ways, ranging from reasonable behavior to unreasonable behavior. This can have an impact on the lives of the fans themselves and those around them. This study aims to look at the Character Strengths of each type of celebrity worship by fans K-Pop. This study uses a quantitative approach using descriptive methods. The sampling technique in this research is non probability sampling with convenience sampling. The subjects of this study amounted to 610 respondents. The measuring instrument used is Celebrity Attitude Scale by McCutcheon (2002) which has been adapted into Indonesian by Efathania & Aisyah (2019) and Values in Action–Inventory Strength by Peterson & Seligman (2004) which has been adapted into Indonesian by Akmal (2008). The result of this study indicate that fans K-Pop in Indonesia belong to the intense-personal. Profiles character strengths that stand out in all types of celebrity worship show the same result of the strengths, i.e kindness, open-mindedness, appreciation of beauty and excellent, and fairness. While the character strengths that are less prominent in all types also show the same result, i.e. bravery, leadership, self-regulation, and humility.

Keywords: *Celebrity Worship, Character Strengths, K-Pop Fans in Indonesia.*

Abstrak. Fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu Wave* mengantarkan masyarakat mengenal istilah *K-pop*. Perilaku yang ditampilkan oleh para penggemar *K-pop* ini sering diungkap sebagai bentuk dari pemujaan atau *Celebrity Worship*. Perilaku penggemar terhadap idola dapat dinilai beragam, dimulai dari perilaku yang wajar sampai yang tidak wajar. Hal ini dapat berdampak kepada kehidupan penggemar itu sendiri maupun orang lain di sekitarnya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat profil *Character Strengths* setiap jenis *celebrity worship* pada penggemar *K-pop*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Subjek penelitian berjumlah 610 responden. Alat ukur yang digunakan yaitu *Celebrity Attitude Scale* dari McCutcheon (2002) yang diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Efathania & Aisyah (2019) dan *Values In Action–Inventory Strength* dari Peterson & Seligman (2004) yang telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Akmal (2008). Hasil penelitian ini menunjukkan penggemar *K-Pop* di Indonesia mayoritas tergolong ke dalam jenis *intense-personal*. Profil *character strengths* yang menonjol pada keseluruhan jenis *celebrity worship* menunjukkan hasil yang sama yaitu *kindness, open-mindedness, appreciation of beauty and excellent, dan fairness*. Sedangkan *character strengths* yang kurang menonjol pada keseluruhan jenis juga menunjukkan hasil yang sama, yaitu *bravery, leadership, self-regulation, dan humility*.

Kata Kunci: *Celebrity Worship, Character Strengths, Penggemar K-Pop di Indonesia.*

A. Pendahuluan

Fenomena yang sedang marak terjadi di Indonesia saat ini adalah kepopuleran budaya yang berasal dari Korea Selatan, yang disebut dengan *Korean Wave* atau *Hallyu Wave* (Kurniasih, 2021). Produk yang dihasilkan *Korean wave* ini yaitu musik (*K-pop*), drama dan film (*K-drama*), *fashion*, makanan dan kecantikan. Indonesia mulai terbawa arus *Korean wave* ini pada tahun 2002 dimana *k-drama* mulai ditayangkan di stasiun TV Indonesia, dan kemudian pada tahun 2011 salah satu stasiun TV mulai menayangkan program musik yang menampilkan berbagai artis *K-pop* (Oktaningrum, 2021). Dengan demikian, saat ini *K-pop* dan *K-drama* sudah bukan hal yang asing didengar di telinga masyarakat Indonesia.

Berdasarkan hasil survei IDN Times, penggemar *K-pop* di Indonesia sudah tersebar di hampir seluruh provinsi. Sesuai dengan kategorisasi faktor demografi jenis kelamin, persentase tertinggi jumlah penggemar teridentifikasi berjenis kelamin wanita yaitu sebesar 92.1% dan untuk pria hanya mencapai 7.9%. Sedangkan untuk kategori faktor demografi usia menghasilkan persentase tertinggi yang diraih oleh penggemar yang berusia 20 hingga 25 tahun sebesar 40.7%, urutan kedua tertinggi diraih oleh penggemar yang berusia 15 hingga 20 tahun sebesar 38.1%, urutan ketiga yaitu penggemar yang berusia lebih dari 25 tahun sebesar 11.95%, dan urutan terakhir yaitu penggemar yang berusia 10 hingga 15 tahun sebesar 9.3% (Triadanti, 2019).

Perilaku yang ditampilkan oleh para penggemar *K-pop* ini diungkap sebagai bentuk dari pemujaan terhadap selebriti atau *Celebrity Worship*. Dalam budaya musik anak muda, penyanyi atau grup musik dianggap mewakili simbol, yang artinya mereka dianggap menjadi figur alternatif dalam budaya anak muda, objek pemujaan, pemujaan, dan peniruan (Raviv, Bar-Tal, Raviv, & Ben-Horin, 1996). Untuk menjelaskan gambaran *celebrity worship*, sebuah model diusulkan dengan berdasarkan *psychological absorption (extreme involvement)* terhadap satu objek yang mengarah ke delusi hubungan yang sebenarnya dengan selebriti dan *addiction* yang menumbuhkan kebutuhan akan keterlibatan yang semakin kuat untuk merasa terhubung dengan selebriti, model ini disebut dengan "*absorption-addiction*" (McCutcheon, Lange, & Houran, 2002).

Konsep *celebrity worship* terbagi menjadi tiga set sikap dan perilaku yang disusun berdasarkan tingkat keparahannya (Maltby, McCutcheon, Ashe, & Houran, 2001; Maltby et al., 2002; McCutcheon et al., 2002). Tingkat terendah yaitu *Entertainment-Social*, dimana tingkat ini memiliki nilai hiburan sosial dan digambarkan dengan sikap dan perilaku seperti senang mendiskusikan hal yang berkaitan dengan idola. Selanjutnya, pada tingkat menengah yaitu *Intense-Personal* dicirikan dengan perasaan yang lebih intens, misalnya menganggap idola sebagai belahan jiwanya. Sedangkan untuk tingkat keparahan tertinggi yaitu *Borderline-Pathological* yang dicirikan dengan perilaku yang lebih ekstrem seperti rela melakukan apa saja, bahkan melakukan tindakan ilegal sekalipun karena idola yang menyuruhnya.

Dalam sebuah studi literatur, *celebrity worship* memberikan banyak bukti bahwa mungkin perilaku ini memiliki keterkaitan dengan beragam faktor, salah satunya faktor demografis usia. Beberapa penelitian yang melakukan uji korelasi antara faktor usia dengan skor CAS (*Celebrity Attitude Scale*) menunjukkan hasil negatif (Maltby, Giles, Barber, & McCutcheon, 2005; Swami, et al., 2011) dan studi lain menunjukkan bahwa perilaku *celebrity worship* terjadi pada seseorang di usia remaja dan akan menurun intensitasnya seiring bertambahnya usia (Raviv, Bar-Tal, Raviv, & Ben-Horin, 1996). Namun pada kenyataan di lapangan, para penggemar *K-pop* di Indonesia ini justru menunjukkan angka persentase yang lebih tinggi di usia dewasa awal daripada mereka yang berusia remaja.

Fenomena *celebrity worship* terbukti terus meningkat selama 20 tahun terakhir, dan banyak penelitian yang menunjukkan hasil dimana *celebrity worship* ini berkaitan dengan kesehatan mental yang buruk atau perilaku maladaptif (McCutcheon & Aruguete, 2021). Untuk fenomena penggemar *K-Pop* yang terjadi di kedua negara yakni di negara asal selebriti *K-Pop* tersebut dan di Indonesia menunjukkan perbedaan yang cukup jelas. Dari kasus terparah yaitu kasus bunuh diri yang banyak terjadi di negara asal dari *K-pop* karena pengaruh selebriti *K-Pop* menunjukkan perbedaan dengan di Indonesia, di negara kita kasus bunuh diri akan menjadi sesuatu yang dianggap sebagai hal yang konyol dan seringkali dikaitkan dengan keimanan yang

lemah (Pratiwi, 2020). Oleh karena itu perbedaan antara keduanya negara ini dapat ditunjukkan dengan perbedaan dari segi spiritualitas atau religiusitas masyarakatnya.

Dalam sebuah studi ditemukan bahwa *celebrity worship* akan menurun seiring dengan meningkatnya religiusitas (Maltby J. H., 2002). Kekuatan spiritualitas juga muncul sebagai salah satu kekuatan dalam *character strengths* seseorang. *Character strengths* sendiri berkontribusi pada berbagai pengalaman manusia, seperti mempengaruhi dan menciptakan peluang positif, membantu manusia untuk bertahan dari hal-hal duniawi, dan merangkul serta menavigasi perjuangan mereka (Niemi R., 2019). Sehingga, menjadi jelas bahwa *character strengths* menawarkan peran penting dalam mengkatalisasi, menumbuhkan, dan menghargai hal-hal positif dan peluang dalam hidup, serta mengelola dan mengubah kesulitan hidup. Beberapa orang menyebutkan bahwa karakter disebut sebagai kepribadian yang dievaluasi, karena karakter adalah tentang membawa kepribadian ke masa depan dengan cara berkontribusi dalam kebaikan sosial (Niemi R., 2020).

Dalam konsepnya, *character strengths* memiliki 6 fungsi atau peran yang bertujuan dalam menghadapi peluang dan ancaman, yaitu *the priming function*, *the mindfulness function*, *the appreciation function*, *the buffering function*, *the reappraisal function*, dan *the resilience function* (Niemi R., 2019). Dalam mengkaji fenomena penggemar *K-pop* ini penggunaan *character strengths* diharapkan dapat membantu mereka untuk menghadapi ancaman, misalnya ancaman berpikir tidak realistis karena perasaan intensif yang menyebabkan mereka melakukan hal-hal yang irasional. Kerangka konsep yang digunakan dalam penggunaan *character strengths* digambarkan menjadi 3 titik kontinum, yaitu *underuse*, *overuse*, dan *optimal use* (Niemi R. M., 2019). Penggunaan *character strengths* yang optimal dapat memprediksi kesehatan fisik dan mental yang serta lebih sering menampilkan emosi positif (Bergen, 2019). Sebuah studi juga mengungkap bahwa penggunaan *character strengths* yang berlebihan dan yang kurang digunakan secara signifikan memiliki hubungan dengan kurangnya seseorang dalam berkembang dan kepuasan hidup, serta mengalami depresi yang lebih besar, sedangkan penggunaan *character strengths* yang optimal memiliki hubungan dengan seseorang yang berkembang, memiliki kepuasan hidup yang lebih, dan lebih sedikit merasakan depresi (Freidlin, Littman-Ovadia, & Niemi R., 2017).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, yaitu dalam kasus *celebrity worship* para penggemar *K-pop* ini, peneliti ingin melihat profil *character strengths* para penggemar yang akan dijadikan bahan untuk mengidentifikasi motif mereka dalam menyukai selebriti asal Korea ini. Sehingga, berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, identifikasi *character strengths* penggemar *K-pop* yang melakukan *celebrity worship* dapat dilakukan dengan menggunakan teori *character strengths*. Dengan tujuan untuk melihat seberapa besar peran *character strengths* dalam perilaku setiap jenis *celebrity worship*. Peneliti juga memilih subjek yang berusia dewasa awal karena berdasarkan hasil penelitian yang ada, seharusnya pada usia ini individu sudah berkurang intensitasnya dalam menyukai selebriti. Tetapi berbanding terbalik dengan fenomena yang terjadi saat ini. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana gambaran *character strengths* penggemar *K-pop* pada tiap jenis *celebrity worship* dengan sampel yang digunakan yaitu penggemar *K-pop* yang berusia dewasa awal, dengan mengangkat judul “Profil *Character Strengths* Dari Tiap Jenis *Celebrity Worship* Penggemar *K-Pop*”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk melihat profil *character strengths* setiap jenis *celebrity worship* pada penggemar *K-Pop*.

B. Metodologi Penelitian

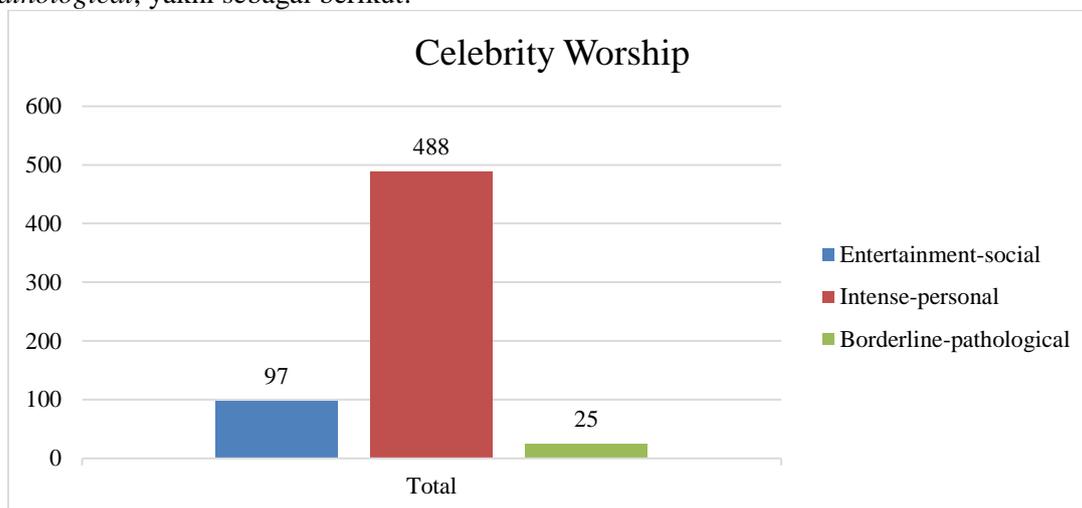
Peneliti menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 12 Bandung yang berjumlah 1.023 siswa.

Dengan teknik pengambilan sampel yaitu Proposional Stratified Sampling diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 91 siswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penggemar K-Pop di Indonesia yang Melakukan *Celebrity Worship*

Berikut ini merupakan hasil pengolahan data dari subjek penelitian yaitu penggemar *K-Pop* berdasarkan setiap aspek pada alat ukur *Celebrity Attitude Scale*, data berupa tabel distribusi frekuensi berdasarkan kategorisasi *Entertainment-social*, *Intense-personal*, dan *Borderline-pathological*, yakni sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Batang Frekuensi *Celebrity Worship*

Tabel 1. Frekuensi *Celebrity Worship* (N=610)

Jenis	Frekuensi	Persentase
<i>Entertainment-Social</i>	97	15.9%
<i>Intense-Personal</i>	488	80.0%
<i>Borderline-Pathological</i>	25	10.1%
Total	610	100%

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diketahui bahwa mayoritas penggemar di Indonesia termasuk ke dalam jenis *intense-personal* dengan jumlah responden sebanyak 488 orang responden atau sebesar 80.00%. Jenis *intense-personal* digambarkan dengan perilaku yang muncul dari perasaan intensif dan kompulsif yang terefleksi oleh para penggemar terhadap idolanya. Perilakunya dapat dicirikan dengan perasaan intens memikirkan sang idola, bahkan ketika mereka tidak ingin melakukannya (Maltby, Giles, Barber, & McCutcheon, 2005). Penggemar pada jenis ini juga memiliki perasaan empati berlebih yang dapat menjadikan mereka merasa seperti merasakan perasaan idolanya, yang bahkan yang lebih ekstrem dari jenis ini adalah penggemar yang merasa bahwa idolanya merupakan belahan jiwanya.

Untuk jenis lainnya yaitu diperoleh persentase sebesar 15.9% atau sebanyak 97 orang responden termasuk ke dalam jenis *entertainment-social*. Jenis ini digambarkan dengan penggemar yang hanya memiliki motivasi untuk sekedar melakukan pencarian informasi terkait idola dan memandang idola sebatas hiburan untuk mereka. Sedangkan untuk jenis yang paling ekstrem yaitu *borderline-pathological* ditunjukkan dengan angka yang paling rendah yaitu 25 orang responden atau sebesar 10.1%. Jenis ini digambarkan dengan perilaku penggemar yang termasuk ke dalam jenis ini dicirikan dengan perilaku tidak terkontrol dan irasional.

Penggemar *K-pop* di Indonesia berdasarkan usia dan jenis kelamin

Berikut ini merupakan hasil pengolahan data dari keseluruhan subjek penelitian berdasarkan usia dan jenis kelamin, yakni sebagai berikut:

Tabel 2. Persentase Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
18 – 20 Tahun	288	47%
21 – 30 Tahun	316	52%
31 – 40 Tahun	6	1%
Total	610	100%

Berdasarkan data yang diperoleh di atas, dari 610 responden diketahui bahwa mayoritas penggemar berada pada rentang usia 21 – 30 tahun yaitu sebanyak 316 responden (52%), kemudian untuk penggemar pada rentang usia 18 – 20 tahun diketahui sebanyak 288 responden (47%), sedangkan penggemar yang berusia antara 31 – 40 tahun diketahui sebanyak 6 responden (1%).

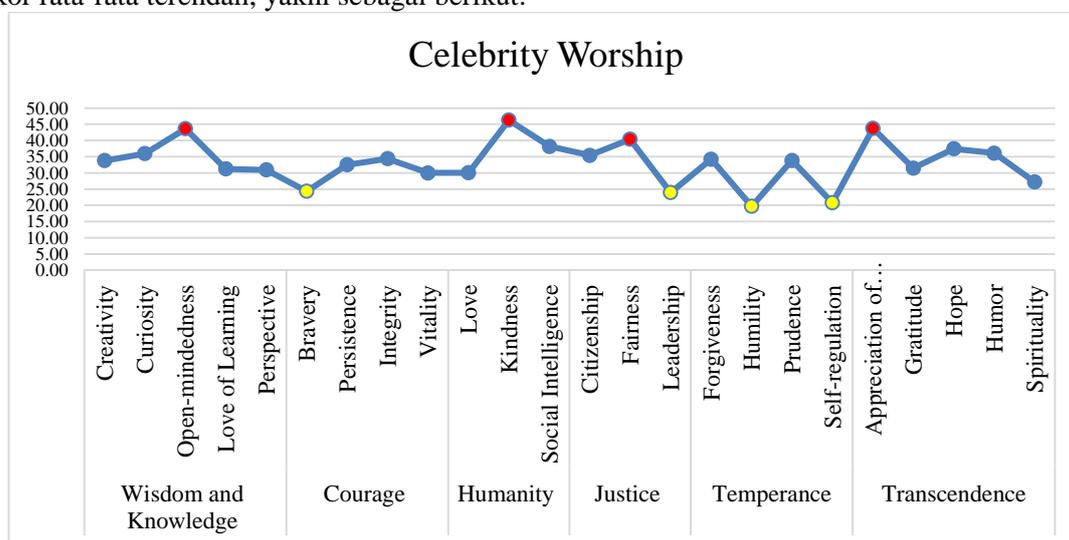
Tabel 3. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	32	5.20%
Perempuan	578	94.80%
Total	610	100%

Berdasarkan data yang diperoleh di atas, dari 610 responden mayoritas penggemar berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 578 responden (94.8%) dan 32 responden (5.2%) berjenis kelamin laki-laki.

Profil Character Strengths pada Keseluruhan Celebrity Worship Penggemar K-Pop

Berikut ini merupakan hasil pengolahan data dari keseluruhan subjek penelitian yaitu penggemar *K-pop* berdasarkan hasil skor rata-rata *character strengths* yang telah diukur dan disusun berdasarkan diagram garis untuk melihat karakter dengan skor rata-rata tertinggi dan skor rata-rata terendah, yakni sebagai berikut:

**Gambar 1.** Diagram Garis *Character Strength* pada *Celebrity Worship*

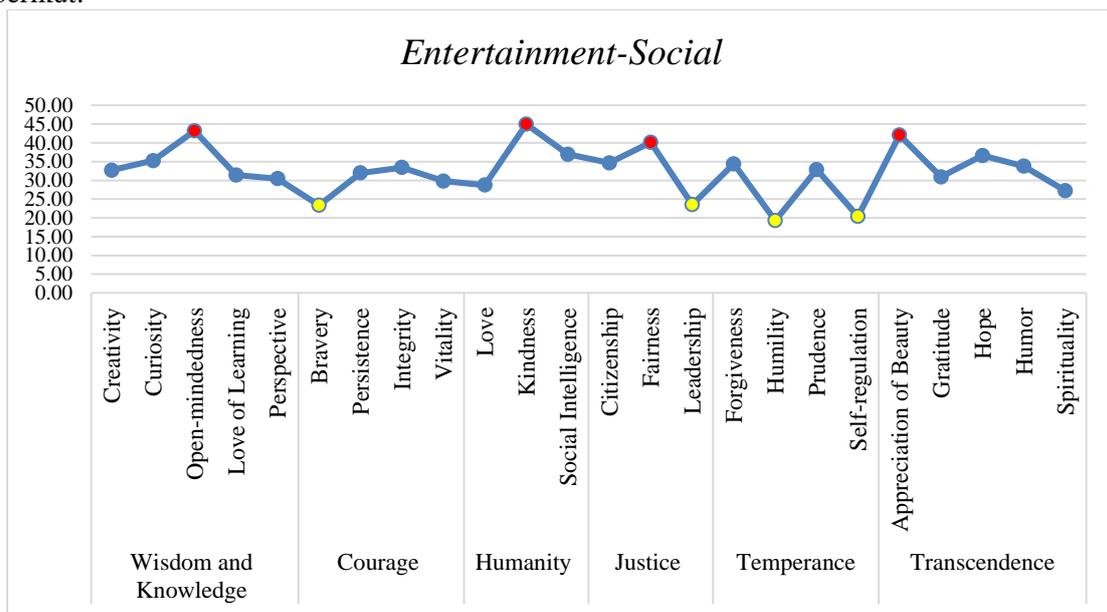
Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh skor rata-rata yang disusun menjadi tabel ranking untuk melihat *character strengths* yang menonjol dan kurang menonjol pada penggemar yang melakukan *celebrity worship*. *Character strengths* yang menonjol pada keseluruhan penggemar, antara lain *kindness* dengan skor yang diperoleh yaitu sebesar 46.24, yang artinya penggemar memiliki kecenderungan untuk bersikap baik dan melakukan kebaikan dengan memperhatikan kesejahteraan orang lain, serta mampu menjaga

orang lain, yang dalam konteks ini yaitu idola. Seseorang dengan *kindness* yang menonjol ini juga akan menunjukkan keramahan terhadap orang lain. Selanjutnya, yaitu *appreciation of beauty and excellent* dengan skor rata-rata sebesar 43.44, yang artinya penggemar menyukai atau mengagumi sang idola karena keindahan dan keunggulan yang ditunjukkan oleh idola tersebut. Selanjutnya, yaitu *open-mindedness* dengan perolehan skor rata-rata sebesar 43.55, menunjukkan bahwa penggemar memiliki pemikiran yang luas dan terbuka dalam memandang suatu hal. *Character strength* terakhir yang terlihat menonjol yaitu *fairness* dengan skor rata-rata sebesar 40.33, yang artinya penggemar menunjukkan kemampuan akan berlaku adil terhadap orang lain, tidak membiarkan perasaan subjektif mempengaruhi keputusan yang menyangkut orang lain dan pada umumnya *character strength* ini ditunjukkan dengan perilaku tidak membedakan karena menganggap semua orang memiliki hak yang sama.

Untuk *character strengths* yang kurang menonjol pada keseluruhan penggemar, antara lain *bravery* dengan perolehan skor rata-rata sebesar 24.34, pandangan tentang keberanian ini umumnya direpresentasikan dengan berani mengatakan atau melakukan hal yang tidak banyak dilakukan banyak orang tetapi hal tersebut adalah bukan hal yang salah. Selanjutnya, *leadership* dengan skor rata-rata sebesar 23.94, yaitu menunjukkan penggemar yang tidak mampu memimpin seseorang atau kelompok, tetapi dalam konteks ini cenderung dilihat pada bagaimana ia memimpin atau mengatur dirinya sendiri sebelum mampu memimpin orang lain. Selanjutnya yaitu *self-regulation* dengan skor rata-rata sebesar 20.72, yang artinya penggemar ini tidak mampu mengontrol diri atau menahan diri untuk tidak melakukan perilaku yang tidak seharusnya mereka lakukan. *Self-regulation* dapat pula dikaitkan dengan *leadership*, karena jika seseorang yang tidak mampu mengatur dirinya sendiri seringkali menjadi tidak bisa mengontrol diri dan akan menampilkan perilaku yang dinilai buruk oleh sekitarnya. Selanjutnya, yang terakhir yaitu *humility* dengan skor rata-rata 19.71, yang menunjukkan bahwa penggemar *K-Pop* memiliki perilaku yang cenderung buruk dengan menjelek-jelekkan orang lain terutama kepada orang lain yang direfleksikan dengan sikap meremehkan orang lain atau suatu peristiwa yang terjadi di sekitarnya.

Profil *Character Strengths* pada Jenis *Entertainment-Social Celebrity Worship* Penggemar K-Pop

Berikut ini merupakan hasil pengolahan data dari keseluruhan subjek penelitian yaitu penggemar *K-pop* yang tergolong ke dalam jenis *entertainment-social* berdasarkan hasil skor rata-rata *character strengths* yang telah diukur dan disusun berdasarkan diagram garis untuk melihat karakter dengan skor rata-rata tertinggi dan skor rata-rata terendah, yakni sebagai berikut:



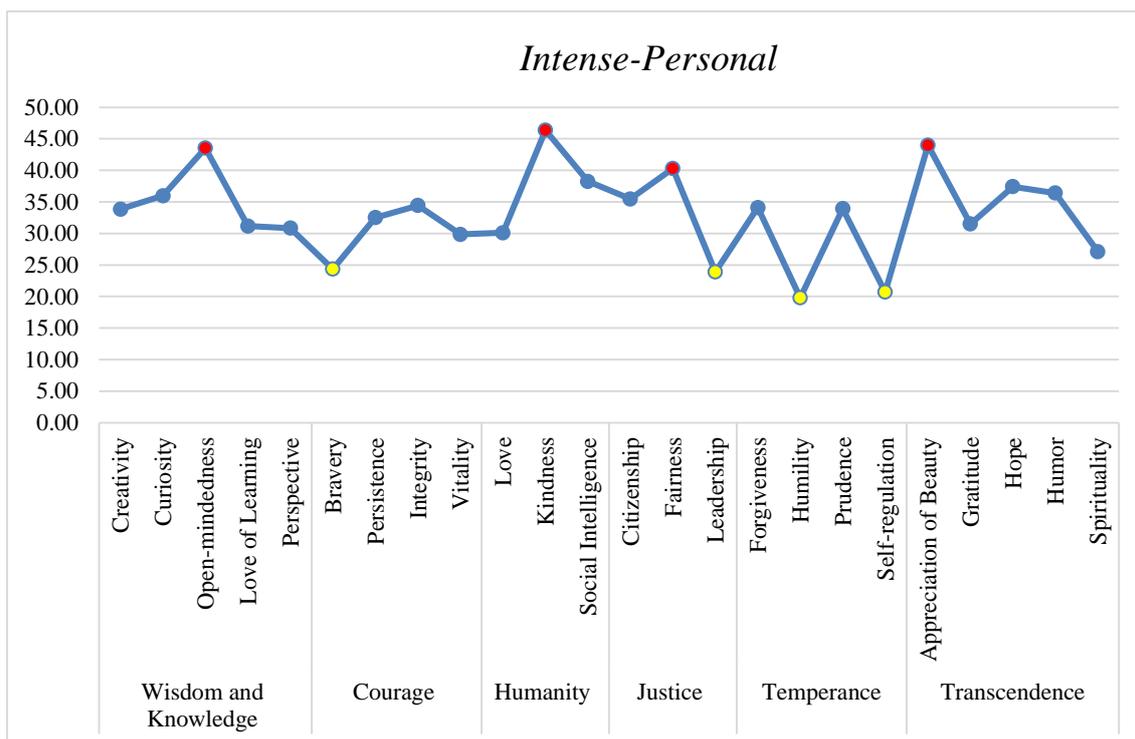
Gambar 2. Diagram Garis *Character Strengths* pada Jenis *Entertainment-Social*

Penggemar yang termasuk ke dalam jenis *entertainment-social* menunjukkan *character strengths* yang menonjol, antara lain *kindness* dengan skor rata-rata sebesar 44.94 yang berarti seperti yang dibahas sebelumnya penggemar ini sejatinya memiliki kecenderungan untuk bersikap baik, berbuat kebaikan, memperhatikan kesejahteraan orang lain dan menjaganya, terutama yang berhubungan dengan sang idola. Mereka akan menunjukkan perhatiannya dan selalu memberikan dukungan kepada sang idola sebagai bentuk dari memperhatikan kesejahteraan dan menjaga idolanya. Urutan kedua, yaitu *open-mindedness* dengan skor rata-rata sebesar 43.18, yang berarti penggemar pada jenis ini memiliki pemikiran yang luas dan terbuka dalam memandang suatu hal, salah satu contohnya yaitu memandang suatu perbedaan yang terjadi di antara mereka dan sang idola. Misalnya, perbedaan budaya yang membuat penggemar akan menganggap perbedaan ini sebagai suatu hal baru yang dapat dipelajari. Selanjutnya, *appreciation of beauty and excellent* yang juga menonjol dengan skor rata-rata sebesar 42.08, yang berarti penggemar pada jenis ini merupakan seseorang yang sangat mengagumi keindahan dan keunggulan yang dimiliki oleh idolanya. Sehingga, para penggemar ini merasa bahwa yang membuat mereka menyukai idolanya adalah karena mereka mengagumi paras dan penampilan sang idola, atau performa ketika idola mereka sedang menampilkan karya-karyanya. *Character strength* yang menonjol di urutan terakhir yaitu *fairness* dengan skor rata-rata sebesar 40.33, yang artinya penggemar pada jenis ini menunjukkan kemampuan bersikap adil kepada orang lain yang ia temui, tidak membiarkan perasaan subjektif mempengaruhi keputusan yang menyangkut orang lain dan pada umumnya *character strength* ini ditunjukkan dengan perilaku tidak membedakan karena menganggap semua orang memiliki hak yang sama. Dunia *K-pop* merupakan dunia yang terbilang cukup luas, sehingga di dalamnya memiliki keberagaman grup idol. Oleh karena itu ketika seorang penggemar sudah menyukai lebih dari satu grup idol atau disebut dengan istilah *multifandom*, dengan demikian mereka akan melakukan hal yang adil untuk semua grup idol yang mereka sukai.

Berdasarkan hasil untuk *character strengths* mana saja yang kurang menonjol pada jenis *entertainment-social* ini diperoleh, antara lain *leadership* dengan skor rata-rata sebesar 23.49, yaitu menunjukkan bahwa penggemar yang tidak mampu memimpin seseorang atau kelompok, tetapi dalam konteks ini cenderung lebih kepada bagaimana mereka memimpin atau mengatur dirinya sendiri. Para penggemar ini akan menampilkan perilaku yang tidak beraturan dan cenderung hanya menjadi pengikut suatu kelompok dengan mengikuti kelompok tersebut, yang dalam hal ini kelompok tersebut merupakan kelompok sesama penggemar. Selanjutnya, *bravery* yang memperoleh skor rata-rata sebesar 24.38, artinya penggemar pada jenis ini kurang menunjukkan keberanian. Penggemar akan menunjukkan keberanian yang kurang ketika mereka dihadapkan dengan situasi yang membuat mereka tidak nyaman, misalnya melawan pandangan buruk orang lain mengenai hobinya yaitu menyukai *K-Pop* karena dianggap tidak menguntungkan dan hanya buang-buang waktu. Selanjutnya yaitu *self-regulation* dengan skor rata-rata sebesar 20.39, yang artinya penggemar ini tidak mampu mengontrol diri atau menahan diri untuk tidak melakukan perilaku yang tidak seharusnya mereka lakukan. Ketidakmampuannya ini menjadikan mereka akan lebih memilih untuk menonton idola mereka tampil dan melalaikan kewajibannya, sehingga mereka tidak dapat menunjukkan performa yang maksimal saat melakukan kewajibannya. Selanjutnya, yaitu *humility* dengan skor rata-rata 19.26, yang menunjukkan bahwa penggemar *K-Pop* memiliki perilaku yang cenderung buruk dengan menjelek-jelekan orang lain terutama kepada orang lain yang dianggap mengusik kehidupan idolanya. Perilaku tersebut dilakukan sebagai bentuk pembelaan terhadap idola favoritnya.

Profil Character Strengths pada Jenis Intense-Personal Celebrity Worship Penggemar K-Pop

Berikut ini merupakan hasil pengolahan data dari keseluruhan subjek penelitian yaitu penggemar *K-pop* yang tergolong ke dalam jenis *intense-personal* berdasarkan hasil skor rata-rata *character strengths* yang telah diukur dan disusun berdasarkan diagram garis untuk melihat karakter dengan skor rata-rata tertinggi dan skor rata-rata terendah, yakni sebagai berikut:



Gambar 4. Diagram Garis *Character Strengths* pada Jenis *Intense-Personal*

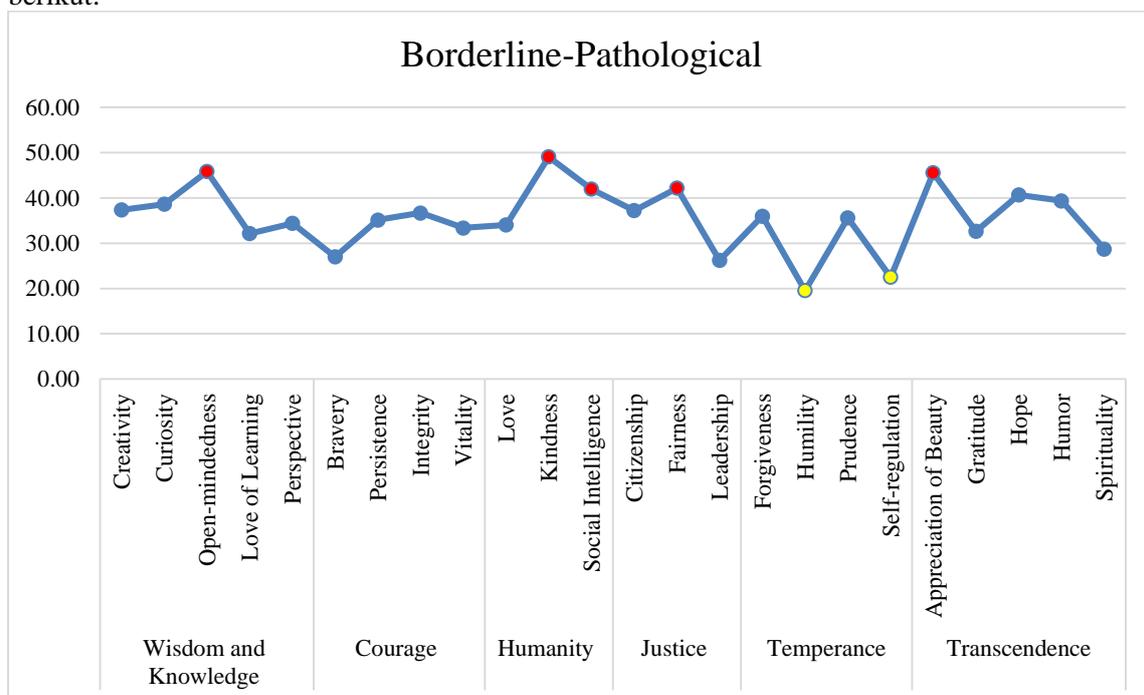
Pada jenis *celebrity worship* satu ini yaitu jenis *intense-personal* yang menunjukkan hasil bahwa mayoritas penggemar di Indonesia sudah berada di tingkat keparahan sedang diketahui *character strengths* yang menonjol, antara lain *kindness* sebesar 46.36, yang artinya pada jenis ini penggemar juga memiliki kecenderungan untuk bersikap baik kepada orang lain, terutama pada idola dengan memperhatikan kesejahteraannya, melakukan kebaikan atau perbuatan baik dan menjaga mereka. Perilaku para penggemar jenis ini dalam menunjukkan kebaikan didasari karena faktor sang idola. Salah satu contoh, yaitu dalam rangka merayakan hari spesial sang idola para penggemar berinisiatif melakukan kegiatan sosial. Misalnya kegiatan sosial yang dilakukan oleh penggemar BTOB di Indonesia pada tahun 2018 dengan membuat program membuka donasi untuk Yayasan Kanker Anak (Rahmiasri, 2018). Selanjutnya, *appreciation of beauty and excellent* dengan skor rata-rata sebesar 43.99, yang artinya karena penggemar mengagumi sang idola karena mereka sangat memperhatikan keunggulan dan keindahan, membuat mereka sangat mudah dibuat kagum. Dari hal ini lah banyak penggemar yang mungkin menginginkan pasangan yang sempurna layaknya idola mereka. Sehingga, pada jenis ini salah satu ciri utama adalah mereka memiliki perasaan intens kepada idolanya hingga menjadikan mereka merasa bahwa idola mereka merupakan belahan jiwanya. Selanjutnya, *open-mindedness* dengan skor rata-rata sebesar 43.52, yang artinya dengan memiliki pemikiran yang terbuka dan luas penggemar pada jenis ini akan memandang perbedaan antara dirinya dengan idola adalah hal yang membuka jalan bahwa mereka dapat mengikuti gaya hidup sang idola agar mereka bisa merasa selalu terhubung karena dapat mengikuti apa yang dilakukan oleh idolanya. Selanjutnya, *fairness* dengan skor rata-rata sebesar 40.30, penggemar yang dapat menunjukkan kemampuan untuk bersikap adil kepada orang lain. Namun pada jenis ini karena kecintaannya terhadap yang idola penggemar yang merasa lebih intens pada idola, akan memberikan perlakuan yang sama dengan orang-orang yang mereka kenal di kehidupan “nyata” ketika sedang berulang tahun. Misalnya, dengan merayakan ulang tahun idola dan membeli kue ulang tahun untuk idolanya.

Untuk *character strengths* yang kurang menonjol pada jenis *intense-personal* ini, diketahui antara lain *bravery* yang memperoleh skor rata-rata sebesar 24.38, artinya penggemar pada jenis ini kurang menunjukkan keberanian untuk mengambil keputusan. Karena

kecintaannya pada idola yang lebih besar daripada jenis sebelumnya, membuat penggemar pada jenis ini lebih berusaha keras dalam menunjukkan dukungannya pada idola. Membeli merchandise atau album dianggap menjadi sebuah keharusan bagi para penggemar. Sehingga, bagaimanapun caranya mereka harus bisa mendapatkan barang tersebut. Hal ini tidak akan menjadi masalah jika penggemar mampu dalam hal finansial. Akan tetapi, tidak jarang bagi mereka yang menjadi memaksakan diri dan tidak berani untuk menolak ajakan teman untuk membeli barang tersebut. Sehingga, dampaknya mereka menjadi berhutang kepada orang lain, melakukan penipuan, dan berbohong kepada orang lain. Selanjutnya, *leadership* dengan skor rata-rata sebesar 23.92, yang artinya penggemar akan menampilkan perilaku yang tidak beraturan dan cenderung hanya menjadi pengikut suatu kelompok dengan mengikuti kelompok tersebut karena tidak mampu memimpin dirinya atau mengatur kehidupannya. Contoh kasus sebelumnya dapat terjadi karena rendahnya *character strength* ini, penggemar menjadi tidak bisa berpegang teguh pada prinsip karena melihat penggemar lain dan hanya ingin mengikuti apa yang dilakukan oleh kelompok penggemarnya. Selanjutnya yaitu *self-regulation* dengan skor rata-rata sebesar 20.70, karena sebelumnya telah diungkap bahwa *character strength* ini dapat dikaitkan dengan *leadership*, maka penggemar akan menunjukkan perilaku yang hampir serupa. Jika pada jenis *entertainment-social* penggemar menjadi sekedar lalai dalam tugas dan kewajibannya, pada jenis ini mungkin akan lebih parah. Mereka akan mengabaikan kewajiban dan tugas sehari-harinya demi hobinya yaitu menyukai idola. Selanjutnya, yaitu *humility* dengan skor rata-rata 19.71, yang menunjukkan bahwa penggemar pada jenis ini menunjukkan perilaku yang cenderung lebih buruk dengan selalu menjelek-jelekkkan orang lain terutama kepada orang lain yang dianggap mengusik kehidupan idolanya atau dia juga berpeluang menjelek-jelekkkan idola lain yang menjadi rival bagi idolanya. Sehingga, dunia *K-pop* sudah tidak asing dengan istilah *fanwar* atau perang antar fandom (kelompok penggemar).

Profil Character Strengths pada Jenis Borderline-Pathological Celebrity Worship Penggemar K-Pop

Berikut ini merupakan hasil pengolahan data dari keseluruhan subjek penelitian yaitu penggemar *K-pop* yang tergolong ke dalam jenis *entertainment-social* berdasarkan hasil skor rata-rata *character strengths* yang telah diukur dan disusun berdasarkan diagram garis untuk melihat karakter dengan skor rata-rata tertinggi dan skor rata-rata terendah, yakni sebagai berikut:



Gambar 5. Diagram Garis *Character Strengths* pada Jenis *Borderline-Pathological*

Penggemar yang termasuk ke dalam jenis paling ekstrem yaitu *borderline-pathological* menunjukkan *character strengths* yang menonjol, antara lain *kindness* dengan skor rata-rata sebesar 49.04 yang berarti penggemar jenis ini juga memiliki kecenderungan untuk bersikap baik dan berbuat kebaikan, terutama pada sang idola. Mereka akan lebih menunjukkan perhatiannya dan upaya yang lebih besar dari kedua jenis sebelumnya sebagai bentuk dukungan kepada sang idola. Biasanya jika sudah merasa idola merupakan seseorang yang sangat penting bagi hidupnya, penggemar akan melakukan segala jenis cara untuk membuat idolanya senang. Seperti beberapa perilaku yang ditunjukkan oleh para penggemar saat ulang tahun selain membuat perayaan ada pula yang hingga membeli barang mahal untuk diberikan kepada sang idola bagaimanapun caranya. Tujuannya, agar idola mengingat mereka sebagai penggemar yang spesial. Urutan kedua, yaitu *open-mindedness* dengan skor rata-rata sebesar 45.80, yang berarti karena penggemar memiliki pemikiran yang luas dan terbuka dalam memandang suatu hal, pada jenis ini salah satu contohnya yang mereka lakukan yaitu mengikuti semua hal yang ada pada idolanya tanpa mempedulikan adanya perbedaan budaya. Misalnya, karena parasnya yang menawan atau proporsi tubuh yang sempurna menjadikan penggemar berusaha mengikuti idolanya. Hal ini dapat dikaitkan dengan pandangan terkait *body image dissatisfaction*. Selanjutnya, *appreciation of beauty and excellent* yang juga menonjol dengan skor rata-rata sebesar 45.56, yang berarti penggemar pada jenis ini juga mudah dibuat kagum dan sudah jelas menyukai idola karena mengagumi keindahan dan keunggulan yang dimiliki oleh idolanya. *Character strength* ini juga dapat dikaitkan dengan *body image dissatisfaction*, dimana dengan melihat keindahan dan keunggulan yang dimiliki idola membuat mereka ingin seperti idola. Selanjutnya, yaitu *fairness* dengan skor rata-rata sebesar 42.12, yang artinya dengan kemampuan bersikap adil justru membuat penggemar pada jenis ini memberikan perhatian yang sama kepada orang yang dianggap penting di kehidupan “nyata” mereka. Dengan melakukan tindakan-tindakan berlebihan yang didasari oleh alasan bahwa mereka ingin bersikap adil. Selanjutnya, yaitu *social intelligence* dengan skor rata-rata sebesar 41.92, yang artinya penggemar pada jenis ini juga mampu mengenal diri sendiri dan orang lain, karena *character strength* ini berhubungan dengan pengetahuan dalam mengenal situasi sosial.

Berdasarkan hasil untuk *character strengths* mana saja yang kurang menonjol pada jenis *borderline-pathological* ini diperoleh, antara lain *self-regulation* dengan skor rata-rata sebesar 22.44, yang artinya pada jenis ini penggemar juga menunjukkan kurangnya mengontrol diri dan cenderung melakukan hal yang menunjukkan lebih parah daripada kedua jenis sebelumnya. Mereka mungkin akan meninggalkan kewajibannya hanya untuk fokus pada kehidupannya sebagai penggemar. Selanjutnya, yaitu *humility* dengan skor rata-rata 19.52, yang artinya pada jenis ini mungkin bentuk dari perilaku menjelek-jelekkan orang lain lebih parah dari kedua jenis sebelumnya dan akan berlindung di bawah alasan bahwa mereka hanya ingin melindungi idola dan melakukan pembelaan terhadap idolanya.

Persamaan dan Perbedaan Profil *Character Strengths* pada Jenis-Jenis *Celebrity Worship* Penggemar K-Pop

Berdasarkan *ranking* skor rata-rata *character strengths* dari masing-masing jenis, menunjukkan persamaan *character strength* yang menonjol baik berdasarkan skor rata-rata tertinggi maupun berdasarkan skor rata-rata terendah pada setiap jenis *celebrity worship*. Sedangkan perbedaan di antara ketiganya yaitu hanya berdasarkan urutan *character strengths* baik yang dari *character strength* dengan skor rata-rata tertinggi maupun dari *character strength* dengan skor rata-rata terendah, dan perbedaan angka atau nilai skor rata-rata setiap *character strengths* pada tiap jenis. Meskipun demikian, perilaku yang mereka tunjukkan tetap berangkat dari *character strengths* yang sama tetapi kecenderungan perilaku yang ditampilkan akan berbeda karena terdapat perbedaan skor rata-rata dari masing-masing *character strength* yang akan mempengaruhi *output* perilaku. Hasil menunjukkan bahwa semakin meningkat tingkatan *celebrity worship* maka semakin tinggi pula skor rata-rata dari *character strength* yang menonjol dan *character strengths* yang kurang menonjol.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian

sebagai berikut:

1. Mayoritas penggemar yang melakukan *celebrity worship* tergolong ke dalam jenis *intense-personal* atau tingkatan sedang dari *celebrity worship* sebesar 80.00%.
2. Selain itu, terkait dengan usia, didapatkan hasil bahwa penggemar *K-Pop* di Indonesia mayoritas berusia antara 21 sampai 30 tahun dengan persentase sebesar 52%.
3. Sedangkan, untuk jenis kelamin para penggemar dibuktikan bahwa mayoritas penggemar berjenis kelamin wanita yaitu sebesar 94.8%.
4. Profil *character strengths* pada tiap jenis *celebrity worship* menunjukkan hasil yang sama pada *character strengths*-nya baik yang menonjol maupun yang kurang menonjol, antara lain *kindness*, *open-mindedness*, *appreciation of beauty and excellent*, dan *fairness*. Sedangkan untuk *character strengths* yang kurang menonjol atau berada di posisi terendah, yakni *bravery*, *leadership*, *self-regulation*, dan *humility*.
5. Perbedaan antara ketiganya hanya berdasarkan keurutannya dan skor rata-rata setiap *character strength*, Sehingga, kecenderungan perilaku akan menunjukkan kesamaan karena berangkat dari *character strengths* yang sama tetapi tingkat keparahannya yang berbeda karena skor rata-rata *character strength* pada setiap jenis berbeda.

Acknowledge

Penelitian ini tentu tidak akan berhasil tanpa adanya pihak-pihak yang turut membantu. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak terkait, terutama kepada dosen pembimbing peneliti dan responden penelitian yang telah bersedia membantu penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] (2015). "성, 연령 및 종교별 인구 - 시군구"[Population by Gender, Age, and Religion - City/Country]. Korean Statistical Information Service.
- [2] (2020). Alasan Tingkat Bunuh Diri di Korea Selatan Sangat Tinggi. Jakarta: Namsan Korean Course.
- [3] Anjani, R. (2020). Kematian Melisa Hingga Jadi Penguntit, 8 Hal Ekstrem Para Fans KPop. Wolipop.
- [4] Bergen, A. (2019). Adult Character Strength Use and Its Relationship to Physical and Mental Health. Walden University ProQuest Dissertations Publishing.
- [5] Boon, S. D., & Lomore, C. D. (2001). Admirer-Celebrity Relationships Among Young Adults. *Human Communication Research*.
- [6] Brooks, S. K. (2018). FANatics: Systematic Literature Review of Factors Associated with Celebrity Worship, and Suggested Directions for Future Research. *Current Psychology*.
- [7] Cheung, C.-k., & Yue, X. D. (2003). Identify Achievement and Idol Worship among Teenagers in Hong Kong. *International Journal of Adolescence and Youth*.
- [8] Dewi, D. P., & Indrawati, K. R. (2019). Gambaran Celebrity Worship pada Penggemar K-Pop Usia Dewasa Awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*.
- [9] Efathania, V. N., & Aisyah. (2019). Hubungan Antara Big Five Personality Trait dengan Celebrity Worship pada Dewasa Muda Penggemar K-Pop di Social Media. *Mind Set*.
- [10] Fauziah, N. F. (2021). Ulah Sasaeng Fans Seringkali Menjadi Hal Buruk Bagi Idolanya. Brilio.net.
- [11] Freidlin, P., Littman-Ovadia, H., & Niemiec, R. M. (2017). Positive Psychopathology: Social Anxiety via Character Strengths Underuse and Overuse. *Personality and Individual Differences*.
- [12] Giles, D. (2000). *Illusions of Immortality: A Psychology of Fame and Celebrity*. London: MacMillan.
- [13] Giles, D., Jenkins, H., & Jenson, J. (2000; 1992; 1992).
- [14] Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*.

- [15] Hutteman, R., Hennecke, M., Orth, U., Reitz, A. K., & Specht, J. (2014). *Developmental Tasks as a Framework to Study Personality Development in Adulthood and Old Age*. *European Journal of Personality*.
- [16] Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory*. New York: Routledge.
- [17] Jenson, J. (1992). Fandom as pathology: The consequences of characterization. In L. Lewis (Ed.) *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge.
- [18] Jeong, J., Shin, S. D., Kim, H., Hong, Y. C., Hwang, S. S., & Lee, E. J. (2012). The Effect of Celebrity Suicide on Copycat Suicide Attempt: A Multi-center Observational Study. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*.
- [19] Kashdan, T. B., Blalock, D. V., Young, K. C., Machell, K. A., Monfort, S. S., McKnight, P. E., & Ferrisizidis, P. (2018). Personality Strengths in Romantic Relationships: Measuring Perceptions of Benefits and Costs and Their Impact on Personal and Relational Well-Being. *Psychological Assessment*.
- [20] Kurniasih, L. D. (2021). Did You Know: Hallyu, Fenomena Korean Wave yang Guncang Dunia. Okezone.
- [21] Levy, M. S. (2015). *Celebrity and Entertainment Obsession: Understanding Our Addiction*. Florida: Royman & Littlefield.
- [22] Maltby, J. H. (2002). Thou Shalt Worship No Other Gods-Unless They are Celebrities: The Relationship Between Celebrity Worship and Religious Orientation. *Personality and Individual Differences*.
- [23] Maltby, J., & Day, L. (2011). Celebrity Worship and Incidence of Elective Cosmetic Surgery: Evidence of a Link Among Young Adults. *Journal of Adolescent Health*.
- [24] Maltby, J., & Day, L. (2017). Regulatory Motivations in Celebrity Interest: Self-Suppression and Self-Expansion. *Psychology of Popular Media Culture*.
- [25] Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Gillett, R., Houran, J., & Ashe, D. D. (2004). Personality and Coping: A Context for Examining Celebrity Worship and Mental Health. *British Journal of Psychology*, 412.
- [26] Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal Celebrity Worship and Body Image: Evidence of A Link Among Female Adolescents. *British Journal of Health Psychology*.
- [27] Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A Clinical Interpretation of Attitudes and Behaviors Associated with Celebrity Worship. *Journal of Nervous and Mental Disease*.
- [28] Maltby, J., McCutcheon, L., Ashe, D. D., & Houran, J. (2001). The Self-Reported Psychological Well-being of Celebrity Worshipers. *North American Journal of Psychology*.
- [29] Maltby, M. A., Maltby, H. L., & McCutcheon, L. &. (2001; 2002; 2002). The Self-reported Psychological Well-being of Celebrity Worship; Thou Shalt Worship No Other Gods-Unless They Are Celebrities; Conceptualization and Measurement of Celebrity Worship. *North American Journal of Psychology; Personality and Individual Differences; British Journal of Psychology*.
- [30] McCutcheon, L. E., & Aruguete, M. S. (2021). Is Celebrity Worship Increasing Over Time? *Journal of Studies in Social Sciences and Humanities*.
- [31] McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and Measurement of Celebrity Worship. *British Journal of Psychology*, 67.
- [32] Mira, L. (2004). Spirituality in Korea A Fog of Religion & Culture. *Journal of Christian Nursing*.
- [33] Niemic, R. M. (2018). *Character strengths interventions: A field guide for practitioners*. *Canadian Counselling and Psychotherapy Association*.

- [34] Niemiec, R. (2019). Six Functions of Character Strengths for Thriving at Times of Adversity and Opportunity: A Theoretical Perspective. *Applied Research in Quality of Life*.
- [35] Niemiec, R. (2019). Six Functions of Character Strengths for Thriving at Times of Adversity and Opportunity: A Theoretical Perspective.
- [36] Niemiec, R. (2020). A Comparison of Personality Models: VIA and Big 5. VIA Institute on Character.
- [37] Niemiec, R. (2020). A Comparison of Personality Models: VIA and Big 5. VIA Institute on Character.
- [38] Niemiec, R. M. (2019). Finding The Golden Mean: The Overuse, Underuse, and Optimal use of Celebrity Worship. *Counseling Psychology Quarterly*.
- [39] Nurani, N., & Kusumadewi, A. (2017). *Aksi Gila Fans Fanatik K-Pop*. Kumparan Hits.
- [40] Oktaningrum, R. (2021). *K-Drama and K-Pop is My Life*. Yoursay.id.
- [41] Peterson, C. (2006). The Values In Action (VIA) Classification of Strengths. In M. Csikszentmihalyi & I. Csikszentmihalyi (Eds), *A life worth living: Contributions to Positive Psychology*. New York: NY: Oxford University Press.
- [42] Peterson, C., & Seligman, M. E. (2004). *Character Strengths and Virtues : A Handbook and Classification*. Washington DC: American Psychological Association.
- [43] Pratiwi, E. H. (2020). Pandangan Masyarakat Terhadap Bunuh Diri Melalui Peran Agama di Indonesia. *Jurnal Cakrawala*.
- [44] Rahmiasri, M. (2018). 5 Aksi Galang Dana yang Dilakukan Fans Atas Nama Idola K-Pop. Kumparan K-Pop.
- [45] Raviv, A., Bar-Tal, D., Raviv, A., & Ben-Horin, A. (1996). *Journal of Youth and Adolescent*.
- [46] Raviv, A., Bar-Tal, D., Raviv, A., & Ben-Horin, A. (1996). Adolescent Idolization of Pop Singers; Causes, Expressions, and Reliance. *Journal of Youth and Adolescent*.
- [47] Shimai, S., Otake, K., Park, N., Peterson, C., & Seligman, M. E. (2006). *Convergence of Character Strengths in American and Japanese Young Adults*. *Journal of Happiness Studies*.
- [48] Shofa, M. (2017). Gambaran Psikologis Celebrity Worship Pada Dewasa Awal (Studi Kasus Mahasiswa Penggemar Korean Pop).
- [49] Snow, N. (2016). Virtue Acquisition: The Paradox of Striving. *Journal of Moral Education*.
- [50] Stever, G. S. (1991). The Celebrity Appeal Questionnaire. *Psychological Report*.
- [51] Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- [52] Sugiyono. (2007). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- [53] Sugiyono. (2011). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- [54] Swami, V., Charmorro-Premuzic, T., Mastor, K., Siran, F. H., Said, M. M., Jaafar, J., . . . Pillai, S. K. (2011). Celebrity Worship Among University Students in Malaysia: A Methodological Contribution to The Celebrity Attitude Scale. *European Psychologist*.
- [55] Syihab, A. (2020). Fans dan Bias (K-Pop Idol): Benarkah hanya Sekedar Celebrity Worship? *Buletin KPIN*.
- [56] Triadanti. (2019). Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota? *IDN Times*.
- [57] Widjaja, A. K., & Ali, M. M. (2015). Gambaran Celebrity Worship Pada Dewasa Awal di Jakarta. *Humaniora*.
- [58] Juniar, Yenisca, Nugrahawati, Eni Nuraeni. (2021). *Self Discrepancy pada Roleplayer K-Pop pada Komunitas Entertainment 'X' di Twitter*. *Jurnal Riset Psikologi*, 1(1), 18-25.