

Pengaruh Religiusitas terhadap *Celebrity Worship* pada Dewasa Awal Penggemar K-Pop Fandom NCTzen

Exsha Vividia Rachmawati Lestari^{*}, Eni Nuraeni Nugrahawati

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

^{*} exsha.vividia18@gmail.com, enipsikologi@gmail.com

Abstract. The world of K-Pop is currently booming in various fields, one of which is music. Music has become one of the most popular things which cause many individuals to idolize it. The purpose of this study is to find out how much influence religiosity has on celebrity worship for fans of K-Pop fandom NCTzen. This research uses a quantitative approach with a non-experimental causality research design with purposive sampling technique and the data collection technique uses a questionnaire. The analysis technique uses a regression test. The study involved 928 early adults within the NCTzen fandom. The religiosity scale is based on the theory of Glock & Stark with a total of 22 valid items with a reliability coefficient (α) of 0.874. The celebrity worship scale uses the Celebrity Attitude Scale from Maltby et al (2006) with a total of 23 valid items with a reliability coefficient (α) of 0.899. The results of this study state that religiosity has an influence on celebrity worship by 5%, while 95% is influenced by other factors. Religiosity in the NCTzen fandom is categorized as high and the worship of celebrities in the NCTzen fandom is in the aspect entertainment-social with a percentage of 91.6%.

Keywords: *Religiosity, Celebrity Worship, NCTzen.*

Abstrak. Dunia K-Pop belakangan ini sedang melambung tinggi dari berbagai bidang, salah satunya musik. Musik menjadi salah satu hal yang banyak digemari yang menyebabkan banyaknya individu mengidolakan hal tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh religiusitas terhadap celebrity worship pada penggemar K-Pop fandom NCTzen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausalitas non eksperimen dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling dan teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Teknik analisis menggunakan uji regresi. Penelitian ini melibatkan 928 orang dewasa awal di dalam fandom NCTzen. Skala religiusitas berdasarkan teori Glock & Stark dengan jumlah 22 item valid dengan koefisien reliabilitas (α) sebesar 0,874. Skala pemujaan selebriti menggunakan Celebrity Attitude Scale dari Maltby et al (2006) dengan total 23 item valid dengan koefisien reliabilitas (α) sebesar 0,899. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap celebrity worship sebesar 5%, sedangkan 95% dipengaruhi oleh faktor lain. Religiusitas di fandom NCTzen dikategorikan tinggi dan pemujaan terhadap selebriti pada fandom NCTzen berada pada aspek entertainment-social dengan persentase 91,6%.

Kata Kunci: *Religiusitas, Celebrity Worship, NCTzen.*

A. Pendahuluan

Celebrity worship didefinisikan sebagai suatu bentuk hubungan yang terjadi hanya satu arah dan adanya bentuk pemujaan antara individu dengan selebriti idolanya di mana individu tersebut dapat terobsesi terhadap selebriti idolanya itu (McCutcheon, Ashe, Houran, & Maltby, 2003; Maltby, 2006; Yue Cheung, 2013). Hubungan parasosial atau hubungan satu arah ini merupakan suatu hubungan yang ada dalam imajinasi penggemar dengan sosok yang diidolakan yang sifatnya satu arah, yaitu hanya dari penggemar kepada idolanya (Dita & Bagus, 2012).

Individu dengan *celebrity worship* digambarkan sebagai individu yang merasa dirinya bagian dari idolanya tersebut dan merasa memiliki kedekatan yang dapat diimajinasikan oleh individu tersebut kepada idolanya. Banyak penggemar yang terang-terangan mengekspresikan perasaan cintanya terhadap sang idola yang dilakukan di media sosial mau pun secara langsung, seperti membeli barang-barang yang berkaitan dengan idolanya. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Dita & Bagus (2012) yang menyatakan semakin tinggi tingkat pemujaan seseorang terhadap idolanya, maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatannya dengan sosok idola.

Ketika melakukan pengidolaan, keterlibatan individu dengan sosok idola yang digemarinya jika dilakukan secara berlebihan akan berakibat buruk bagi kehidupan individu yang salah satunya adalah ditunjukkan dengan timbulnya perasaan ingin memiliki akan idolanya tersebut dan bahkan mengklaim bahwa idolanya tersebut adalah miliknya atau yang biasa disebut dengan istilah *bias is mine*.

Pada dasarnya dalam setiap pengidolaan tidak menjadi masalah selama dalam batas yang wajar. Berbeda ketika sudah terlibat secara jauh dengan idolanya tersebut. Dari hal itu memunculkan pertanyaan mengenai bagaimana seseorang memandang idola yang digemarinya tersebut dan mempertanyakan mengenai keberagamaannya.

Keberagamaan identik dengan religiusitas. Religiusitas itu sendiri merupakan aspek religi yang dilakukan melalui penghayatan oleh individu dari dalam hatinya. Selain itu religiusitas juga bisa diartikan sebagai seberapa dalam seseorang dalam memahami dan meyakini suatu agama yang diikuti oleh tingkat pengetahuan pada agama yang dilakukan dengan cara mematuhi aturan dan menjalankan kewajiban dalam agama tersebut dengan hati secara ikhlas pada kegiatan sehari-harinya (Iswati, 2018).

Individu dengan tingkat religiusitas yang tinggi, maka individu tersebut akan memiliki pemahaman mengenai agamanya dengan baik serta diikutinya dengan aktivitas keagamaan sesuai dengan agama yang dimilikinya. Dengan demikian individu tersebut tahu bahwa tidak ada hal yang dapat diagungkan selain Tuhan, sehingga individu tersebut akan menghindari hal-hal yang bertentangan dengan ketentuan agamanya termasuk juga ketika individu tersebut memiliki seorang yang diidolakan akan memiliki batasan tertentu dalam perilaku pengidolaannya (Sitasari dkk., 2021).

Dalam setiap agama yang ada mengidolakan seseorang tidak akan menjadi masalah selama masih dalam batas wajar dan tidak menghilangkan ketentuan-ketentuan dalam agama itu sendiri. Namun ternyata masih banyak fenomena di mana penggemar yang sangat membela dan mengelu-elukan idolanya secara berlebihan, sama seperti yang diutarakan oleh Giles (dalam Maltby, et al, 2002) di mana masih banyaknya penggemar yang menghormati sedemikian rupa dan bahkan mentoleransi perilaku yang dilakukan oleh selebriti yang seharusnya tidak dilakukan oleh seseorang dan bahkan jika hal tersebut terjadi kepada bukan selebriti yang disukainya akan menghasilkan reaksi berbeda. Berdasarkan hal tersebut berarti masih banyak individu yang tidak mengamalkan perintah-perintah dan larangan dari agamanya serta tidak bisa mengendalikan emosi dan pemikirannya yang tidak stabil.

Menurut Sitasari, dkk. (2021) menyatakan ketika individu dalam keadaan menyukai sosok idola selebriti pemikirannya hanya akan fokus terhadap selebriti tersebut dan rela melakukan apapun untuk memenuhi kesenangannya meskipun itu bertentangan dengan agama dan merasa sosok idola tersebut merupakan hal yang penting dalam hidupnya. Lain halnya yang dikatakan oleh Weinstein and Weinstein (2003) bahwa pemujaan terhadap selebriti dikaitkan dengan *erotomania*, yaitu kondisi di mana individu yang merasa bahwa dirinya

dicintai oleh objek parasosialnya. Hal tersebut pada dasarnya merupakan ekspresi kebutuhan akan cinta oleh seseorang yang tidak mempercayai kapasitas diri mereka untuk mencintai atau dicintai, sehingga hubungan dengan melemahnya keimanan terhadap Tuhan terlihat jelas.

Fenomena yang terjadi di lapangan di mana masih banyaknya individu yang membela idolanya sedemikian rupa hanya untuk menuntaskan kepuasan pribadi yang tentu tidak sesuai dengan perilaku yang seharusnya dilakukan sebagai individu yang beragama. Adanya perilaku yang tidak mencerminkan seseorang yang paham mengenai agamanya seperti melakukan aktivitas *cyber bullying* yang berupa *fanwar*, *hate speech*, *hate comment*, dan perilaku lainnya mencerminkan individu yang memiliki perasaan keagamaan yang kurang, hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ibadurrahmana dan Amani (2020) di mana semakin tinggi tingkat keterlibatan dengan sang idola maka semakin tinggi juga tingkat perilaku *cyberbullying*.

Di Indonesia sendiri, fenomena khususnya yang terjadi pada fandom NCTzen terjadi di mana penggemar membela idolanya dan tak jarang bersiteru dengan orang di luar fandom NCTzen itu sendiri yang cukup meresahkan, seperti dilansir dalam Cerdik Indonesia (2020) penggemar dari Indonesia pernah bersiteru dengan salah satu pengguna Tiktok dengan alasan yang sepele di mana masalah tersebut dimulai dengan ketidakrelaan penggemar terkait panggilan yang seharusnya hanya disematkan untuk salah satu anggota NCT saja namun pengguna Tiktok tersebut pun menggunakannya, alhasil dari hal tersebut membuat gaduh dan menuntut permintaan maaf dari pengguna Tiktok tersebut. Pertengkaran tersebut bukan hanya sekali atau dua kali terjadi pada fandom NCTzen ini, pertengkaran dengan beberapa fandom pun pernah terjadi, bahkan antar penggemar sub-unit dari NCT sekali pun juga sering terjadi hanya untuk membela idola favoritnya tersebut.

Celebrity worship biasanya terjadi di usia remaja untuk puncaknya (McCutcheon, Lange, dan Houran (2002); Raviv, Bal-Tar, dan Ben-Horin (1996)). Namun nyatanya, masih banyak individu di usia dewasa yang masih terlibat dengan *celebrity worship*, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Benu (2019) dan Maulida (2021) di mana masih banyaknya individu di usia dewasa awal yang masih memiliki daya tarik yang tinggi terhadap selebriti dan bahkan tergolong dalam kategori yang cukup parah dan masih mempertahankan perilaku tersebut.

Dijelaskan dalam penelitian bahwa individu usia dewasa masih terlibat dengan sosok selebriti bisa dikatakan sebagai sesuatu hal yang menyimpang (McCutcheon, Maltby, J, & Houran, 2003; Caldwell & Henry, 2009). Hal tersebut disebabkan pada usia dewasa awal seharusnya individu sudah memiliki kematangan dalam jiwa yang menggambarkan bahwa di usia tersebut sudah memiliki tanggung jawab serta memiliki kesadaran akan makna hidup dirinya karena sudah memiliki identitas diri yang jelas serta kepribadian yang matang. Dari kematangan tersebut bisa menggambarkan mengenai bagaimana sikap religiusitas yang terjadi pada orang dewasa (Iswati, 2018). Orang dewasa awal sudah memiliki tanggung jawab terhadap nilai-nilai yang dipilihnya baik dari ajaran agama yang dimiliki atau pun dari norma-norma lainnya di dalam kehidupan.

Penelitian mengenai *celebrity worship* dengan religiusitas telah dilakukan sebelumnya oleh Sitasari, Margaret, Safitri, dan Lisdayanti (2021) di Indonesia menjelaskan bahwa terdapat hubungan negatif antara religiusitas dengan *celebrity worship* pada penggemar *boyband* 2pm, artinya pada komunitas *boyband* tersebut tingkat keterkaitan dengan idolanya rendah. Namun, hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Liu (2013) yang memiliki hasil positif dari hubungan religiusitas dengan *celebrity worship*, di mana baik dari orang yang religius maupun tidak religius terhadap agamanya cenderung memiliki keterikatan dengan hubungan parasosial dengan selebriti.

Penelitian mengenai religiusitas dengan *celebrity worship* di Indonesia masih terbatas. Dengan hal ini sehingga perlunya dilakukan penelitian ini disebabkan munculnya fenomena di mana penggemar, terutama penggemar K-Pop, memiliki kefanatikan mereka dengan menganggap idola tersebut bagian penting untuk dirinya dan terlihat seperti mengagungkan idolanya tersebut.

Penelitian ini dilakukan kepada fandom NCTzen yang merupakan fandom resmi dari

boy group NCT. Alasan peneliti mengambil subjek dari *boy group* tersebut karena NCT merupakan salah satu *boy group* yang sedang populer akhir-akhir ini. Banyak individu berbondong-bondong untuk menjadi penggemar dari NCT dikarenakan *boy group* ini memiliki konsep yang unik dan berbeda dari *boy group* lainnya, di mana NCT mengusung konsep *limitless* yang anggotanya akan terus bertambah seiring berjalannya waktu dan terbagi dari berbagai *sub-unit* tertentu menyesuaikan dengan jenis musik yang akan diambil atau berdasarkan dari suatu negara. Dengan adanya hal tersebut penggemar NCT yang biasa disebut NCTzen semakin mengakar dan meluas di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Seberapa besar pengaruh religiusitas terhadap *celebrity worship* pada dewasa awal penggemar k-pop fandom nctzen?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui fenomena religiusitas yang terjadi pada dewasa awal penggemar NCT.
2. Untuk mengetahui fenomena *celebrity worship* yang terjadi pada dewasa awal penggemar NCT.
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap *celebrity worship* pada dewasa awal penggemar NCT.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausalitas. Data yang akan disajikan berupa angka – angka yang dianalisis melalui analisis statistika.

Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini merupakan *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang disusun oleh (Maltby et al., 2006) yang terdiri dari tiga aspek *celebrity worship*. Reliabilitas CAS alat ukur ini sendiri adalah $\alpha = .899$. Untuk alat ukur religiusitas pada penelitian ini menggunakan alat ukur dari Glock and Stark yang terdiri dari lima dimensi keberagamaan. Reliabilitas alat ukur ini adalah $\alpha = .874$. Kedua alat ukur tersebut telah diadaptasi dan dimodifikasi oleh Sitasari, Margaret, Safitri & Lisdayanti (2021).

Populasi dan sampelnya adalah penggemar K-Pop yang tergabung dalam fandom NCTzen yang telah memasuki usia dewasa awal dengan rentang usia 18 – 35 tahun dan memiliki satu atau lebih idola favorit. Teknik sampling yang digunakan *purposive sampling*. Perolehan data menggunakan kuisioner yang dilakukan secara *online*. Data diolah menggunakan bantuan aplikasi SPSS 23.0. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian mengenai pengaruh religiusitas terhadap *celebrity worship* pada usia dewasa awal penggemar k-pop fandom NCTzen dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Gambaran tingkat religiusitas

Religiusitas	Frekuensi (F)	Presentase (%)
Tinggi	895	96,4%
Rendah	33	3,6%
Total	928	100%

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden, terdapat sebanyak 895 (96,4%) responden yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dan 33 (3,6%) responden yang memiliki tingkat religiusitas yang rendah.

Tabel 2. Gambaran dimensi religiusitas

Kategori	R. Believe		R. Practice		R. Feeling		R. Knowledge		R. Effect	
		%		%		%		%		%
Tinggi	911	98,2%	365	39,3%	884	95,3%	776	83,6%	727	78,3%
Rendah	17	1,8%	563	60,7%	44	4,7%	152	16,4%	201	21,7%

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui dari kelima dimensi religiusitas responden paling banyak yang memiliki kategori tertinggi yaitu pada dimensi *religious believe* yang memiliki tingkat responden dengan jumlah 911 responden (98,2%). Artinya, mayoritas dari responden memiliki hasil yang tinggi pada setiap dimensi religiusitas.

Tabel 3. Gambaran celebrity worship

<i>Celebrity Worship</i>	Frekuensi (F)	Presentase (%)
Tinggi	445	48%
Rendah	483	52%
Total	928	100%

Berdasarkan data yang diperoleh, dari responden, terdapat 445 (48%) responden yang memiliki tingkat *celebrity worship* tinggi dan 483 (52%) responden yang memiliki tingkat *celebrity worship* yang rendah.

Tabel 4. Gambaran aspek *celebrity worship*

Kategori	ES	%	IPF	%	BP	%
Tinggi	850	91,6%	178	19,2%	76	8,2%
Rendah	78	8,4%	750	80,8%	852	91,8%

Berdasarkan data yang tertera pada tabel di atas dapat diperoleh gambaran aspek pada variabel *celebrity worship*, pada aspek *entertainment-social* memiliki tingkat responden yang memiliki kategori tinggi terbanyak dengan jumlah 850 responden (91,6%), sedangkan aspek *celebrity worship* yang memiliki responden dengan kategori nilai tinggi yang paling sedikit yaitu pada aspek *borderline-pathological* dengan banyak responden 76 responden (8,2%).

Tabel 5. Uji linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Celebrity	Between	(Combined)	4911,586	30	163,720	2,653	,000
Worship *	Groups	Linearity	2988,228	1	2988,228	48,429	,000
Religiusitas		Deviation from Linearity	1923,358	29	66,323	1,075	,361
	Within Groups		55347,409	897	61,703		
	Total		60258,996	927			

Berdasarkan hasil uji linieritas pada tabel 4.2 di atas, diketahui nilai Sig. *Deviation form liniarity* sebesar $0,361 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara religiusitas dengan *celebrity worship*. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik di atas didapatkan hasil bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten dilihat dari hasil uji normalitas, uji heterokedastisitas dan linearitas.

Hasil Uji Koefisiensi Regresi

Tabel 6. Hasil uji regresi

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	29,640	3,981			7,446	,000
Religiusitas	,440	,063	,223		6,951	,000

a. Dependent Variable: Celebrity Worship

Hasil perhitungan pada tabel di atas menunjukkan signifikansi dari *independent variabel* (IV) religiusitas terhadap *celebrity worship*. Pengujian dengan membandingkan Sig. = 0,000 dengan $\alpha = 5\%$ (0,05) maka H_0 ditolak karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. dikarenakan H_0 ditolak maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari religiusitas terhadap *celebrity worship*.

Model regresi

$$\hat{y} = 29.640 + 0,660x$$

$$\hat{y} = \text{Celebrity Worship}$$

$$x = \text{Religiusitas}$$

Selain itu dari hasil uji t juga dapat diketahui besarnya kontribusi dari variabel religiusitas terhadap *celebrity worship*. Religiusitas memiliki koefisien regresi terhadap *celebrity worship* (Y) sebesar 0,660. Artinya, jika skor religiusitas naik satu satuan akan diikuti kenaikan skor *celebrity worship* sebesar 0,680. Jadi, kenaikan pada nilai aspek religiusitas akan mempengaruhi nilai *celebrity worship*.

Tabel 7. Hasil uji terminasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,223*	,050	,049	7,864

a. Predictors: (Constant), Religiusitas
b. Dependent Variable: Celebrity Worship

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa didapatkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,050. Hal ini menjelaskan bahwa variabel religiusitas hanya memberikan pengaruh sebanyak 5% bagi perubahan variabel *celebrity worship* di mana tingkat pengaruhnya termasuk kedalam kategori sangat rendah, lalu sisanya sebesar 95% ($1 - R^2 \times 100\%$) variabel *celebrity worship* dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Tabel 8. Hasil uji determinasi dimensi religiusitas terhadap *celebrity worship*

No.	Dimensi Religiusitas	Celebrity Worship
1	Religious Believe	1.3%
2	Religious Practice	4.2%
3	Religious Feeling	2.5%
4	Religious Knowledge	0.6%
5	Religious Effect	0.5%

Berdasarkan perhitungan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dimensi religiusitas yang memberikan pengaruh tinggi dibandingkan dengan dimensi religiusitas lainnya terhadap *celebrity worship* adalah *religious practice* sebesar 4.2%

Hasil Data Demografi

Tabel 9. Distribusi jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	13	1,4%
Perempuan	915	98,6%
Jumlah	928	100%

Berdasarkan data yang diperoleh dari 928 responden, terdapat responden laki-laki dengan jumlah sebanyak 13 orang (1,4%) dan responden perempuan sebanyak 915 orang (98,6%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa komposisi penelitian didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan.

Tabel 10. Distribusi Usia

Rentang Usia	Frekuensi	Presentase
< 20 tahun	432	46,6%
21-25	460	49,6%
26-30	33	3,6%
31-35	3	0,3%
Jumlah	928	100%

Berdasarkan data yang didapat dari 928 responden, dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh responden dengan rentang usia 20-25 tahun sebanyak 49,6%.

Tabel 11. Distribusi agama

Agama	Frekuensi	Presentase
Budha	2	0,2%
Hindu	11	1,2%
Islam	848	91,4%
Katolik	24	2,6%
Kristen	42	4,5%
Lainnya	1	0,1%
Jumlah	928	100%

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa komposisi responden penelitian ini didominasi oleh responden yang beragama islam sebanyak 91,4%.

Tabel 12. Distribusi pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pelajar	17	2%
Mahasiswa	656	71%
Sudah bekerja	177	19%
Belum bekerja	64	7%
IRT	14	2%
TOTAL	928	100%

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa komposisi dari penelitian ini didominasi oleh responden yang masih mahasiswa sebanyak 71%.

Celebrity worship digambarkan sebagai mereka yang terlibat dalam setiap detail kehidupan seorang selebriti. Di sini, semakin individu memuja, mengagumi, atau terlibat dengan sosok selebriti, semakin besar keintiman yang dibayangkan dari idola selebriti tersebut maka tingkat keterlibatan dengan sosok idola akan tinggi pula.

Ketika keterikatannya dengan idola selebritinya semakin kuat, ia mulai melihat idola selebriti tersebut sebagai orang yang dekat dan mengembangkan hubungan parasosialnya. Individu akan merasa yakin dan mengira bahwa dirinya memiliki hubungan atau ikatan khusus dengan sang idola, yang membuat mereka lebih memperhatikan sang idola. Orang lebih cenderung memiliki perasaan yang lebih intim untuk idola, tetapi ketika dalam kelompok mereka mungkin mengalami delusi bahwa mereka memiliki hubungan dengan idola (McCutcheon, Lange, Houran, 2002).

Dikatakan dengan meningkatkan tingkat religiusitas, maka individu akan terhindar dari keterlibatan dengan sosok selebriti (Maltby et al, 2002). Dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa individu yang tergabung dalam fandom NCTzen memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dan dapat dilihat bahwa individu-individu tersebut hanya sebatas melalaikan ibadah namun tidak sampai merubah keyakinan mereka akan NCT itu sendiri. Dalam hal ini, sikap pemujaan yang dilakukan hanya menyampingkan kepercayaannya saja tapi tidak merubah kepercayaan individu sepenuhnya.

Pada penelitian pemujaan selebriti yang dilakukan ini tidak terlalu berfokus pada demografi, sehingga ada kekosongan yang menjadikan tidak sempurnanya penelitian ini. Pada penelitian ini tidak adanya data demografi untuk budaya karena kemungkinan budaya juga berpengaruh dalam pemujaan terhadap selebriti, kemudian tidak dicantumkan keterangan seberapa lama setiap individu sudah menyukai idolanya tersebut. Selain itu juga pada pengelompokan pekerjaan dalam penelitian ini hanya menjadi satu kategori, sehingga kurang terlihatnya data individu mana yang pelajar, pekerja atau pun status menikahnya, sehingga tidak spesifiknya pilihan responden.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

Gambaran perilaku religiusitas di usia dewasa awal pada penggemar K-Pop fandom NCTzen adalah tinggi.

Hasil *celebrity worship* di usia dewasa pada penggemar K-Pop fandom NCTzen berada pada kategori rendah dan didominasi pada aspek *entertainment-social*.

Berdasarkan dari uji regresi didapatkan hasil bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap *celebrity worship* di usia dewasa penggemar K-Pop fandom NCTzen.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah mengarahkan peneliti selama pelaksanaan penelitian dan pada penggemar yang tergabung dalam fandom NCTzen yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] A. Shimp T. Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. 5th ed. Jakarta: Erlangga; 2000. Arjuna. (2020). Henggang dari tiktok, Jason Wiliam sampaikan permintaan maaf. *Pikiran Rakyat*. <https://cerdikindonesia.pikiran-rakyat.com/gaya/pr-86846316/henggang-dari-tiktok-jason-wiliam-sampaikan-permintaan-maaf>
- [2] Brooks, S. K. (2021). FANatics: Systematic literature review of factors associated with *celebrity worship*, and suggested directions for future research. *Current Psychology*, 40(2), 864-886.
- [3] Collisson, B., McCutcheon, L. E., Edman, J., and Johnston, M. (2020). Gender, age, marital status, and selection of a favorite celebrity of the opposite gender.

- Curr.Psychol/1-7. doi: 10.1007/s12144-020-00715-2
- [4] Dewi, Dyana Kristina Sintya., Indrawati, Komang Rahayu. 2019. Gambaran *Celebrity Worship* pada Penggemar K-Pop Usia Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Udayana*. Vol.6, No.2, 291-300.
- [5] Faisal, Muhammad. (2017). Fanatisme Fans Kpop : Candu dan Bumbu Remaja. <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja/full>. Diakses pada 05 Januari 2021.
- [6] Griffiths, Mark D. (2013). *Celebrity Worship Syndrome : A Brief Psychological Overview*. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/in-excess/201307/celebrity-worship-syndrome>. Diakses pada 16 Desember 2020.
- [7] Iswati. (2018). Karakteristik Ideal Sikap Religiusitas Pada Masa Dewasa. Lampung. *At-Tajdid : Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam* Vol. 02 No. 01. <https://garuda.ristekbrin.go.id/journal/view/18567> (diakses pada 15 September 2021)
- [8] Jannati, Nadiyah Nur., Qodariah, Siti. (2021). Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap Subjective Well Being pada Penggemar NCT di Bandung. *Prosiding Psikologi*. ISSN 2460-6448
- [9] JP, N. (2003). *Celebrity worship and cognitive flexibility*. *McCutcheon, Lynn E., Ed. TITLE North American Journal of Psychology, 2003. PUB DATE 2003-00-00 NOTE 330p. AVAILABLE FROM NAJP, 240 Harbor Dr., Winter Garden, FL 34787 (\$30 per annual, 5(1), 75-80.*
- [10] Liu., J. K. K. (2013). Idol worship, religiosity, and self-esteem among university and secondary students in Hong Kong.
- [11] Maltby, J. (2004). Celebrity and religious worship: A refinement. *The Journal of psychology, 138(3)*, 286-288.
- [12] Maltby, J., Houran, J., Lange, R., Ashe, D., & McCutcheon, L. E. (2002). Thou shalt worship no other gods—unless they are celebrities: the relationship between celebrity worship and religious orientation. *Personality and individual differences, 32(7)*, 1157-1172
- [13] McCutcheon, Lynn E., Houran, James., Lange, Rense. (2002). *Conceptualization and measurement of celebrity worship*. *British Journal of Psychology. 93*, 67-87.
- [14] McCutcheon, L. Y. N. N., Lowinger, R., Wong, M., & Jenkins, W. (2013). Celebrity Worship and Religion Revisited. *Implicit Religion, 16(3)*.
- [15] Papalia, D., E. & Feldman, R. D. (2012). *Experience Human Development, Twelfth Edition*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- [16] Putri, Dinda Elmanda ; Rositawati, Sita. (2019). Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap Perilaku Compulsive Buying pada Dewasa Awal Anggota Komunitas Baia Bandung. *Repositori Unisba*. 2460-6448
- [17] Sansone, R. A., & Sansone, L. A. (2014). "I'm Your Number One Fan"- A Clinical Look at Celebrity Worship. *Innovations in clinical neuroscience, 11(1-2)*, 39–43.
- [18] Santrock, John W. 2011. *Life Span Development – 13th ed*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- [19] Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Celebrity Worship, Addiction and Criminality. *Psychology, Crime & Law, 13(6)*, 559-571.
- [20] Sitasari, N. W., & Lisdayanti, A. (2021). Religiosity and Celebrity Worship Relationship: A Study Of 2pm Boyband Fans Communities. *Review of International Geographical Education Online, 11(6)*, 1750-1757.

- [21] Sujarweni, V. Wiratna. (2020). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press: Yogyakarta.
- [22] Widjaja, Annisa Kusuma., Moondore Madalina Ali. (2015). Gambaran *Celebrity Worship* Pada Dewasa Awal di Jakarta. *HUMANIORA* , 6(1), 21-28.
- [23] Weinstein, D., & Weinstein, M. (2003). Celebrity worship as weak religion. *Word and World*, 23(3), 294-302.
- [24] Kanya Paramitha, Gita, Raihana Hamdan Stephani. (2021). *Pengaruh Self-Control terhadap Perilaku Merokok Mahasiswa selama Pandemi COVID-19*. *Jurnal Riset Psikologi*, 1(2), 132-139.