

## Hubungan antara Tipe Personality dengan *Celebrity Worship* pada Usia Dewasa Awal Anggota *Fandom NCTzen*

Dahlia Dwikanti\*, Hedi Wahyudi

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

\*dahliadwikanti13@gmail.com, hediway@yahoo.co.id

**Abstract.** Starting from the spread of K-pop music throughout the world, one of which is Indonesia. The increasing interest of Indonesian people in K-pop has led to the emergence of groups of people who are fond of K-pop musicians, one of which is the NCTzen fandom. Carrying out hobby activities for a favorite idol can give rise to excessive obsession behavior called celebrity worship. If individuals become increasingly obsessed with their favorite idol, it can interfere with their daily activities. In previous research it was said that there was a relationship between personality and celebrity worship, but according to research suggestions, further research still needs to be carried out. This research aims to determine the relationship between personality type and celebrity worship in the early adulthood of NCTzen fandom members. The sampling technique was convenience sampling, and the total research sample was 400 respondents. The research design used was quantitative correlational using the Spearman rank correlation test analysis technique. The measuring instrument used is the Big Five Personality Inventory (BFI) which was adapted by Ramdhani (2012) based on the theory of McCrae & Costa and the Celebrity Attitude Scale (CAS) which was adapted by Elmanda & Rositawati (2020) based on the theory of Maltby et al. The findings in this study show that there is a fairly close positive relationship between the neuroticism personality type and celebrity worship, indicated by a correlation value of  $r = 0.440$  and  $p < 0.01$ , while the personality type is openness to experience ( $r = 0.270$  and  $p < 0.01$ ), conscientiousness ( $r = 0.103$  and  $p < 0.05$ ), extraversion ( $r = 0.293$  and  $p < 0.05$ ), and agreeableness ( $r = 0.278$  and  $p < 0.01$ ) only correlated significantly with the entertainment-social dimension of celebrity worship.

**Keywords:** *Celebrity Worship, Personality, EarlyAdulthood.*

**Abstrak.** Bermula dari menyebarnya musik K-pop ke seluruh dunia, salah satunya Indonesia. Meningkatnya minat masyarakat Indonesia terhadap K-pop menyebabkan munculnya kelompok masyarakat yang gemar terhadap musisi K-pop, salah satunya fandom NCTzen. Melakukan aktivitas kegemaran terhadap idola favorit dapat memunculkan perilaku obsesi yang berlebihan yang disebut celebrity worship. Apabila individu semakin terobsesi dengan idola favoritnya, maka dapat mengganggu aktivitas keseharian. Dalam penelitian terdahulu dikatakan terdapat hubungan antara personality dengan celebrity worship, namun atas saran penelitian masih harus dilakukan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara tipe personality dengan celebrity worship pada usia dewasa awal anggota fandom NCTzen. Teknik pengambilan sampel yaitu convenience sampling, dan diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 400 responden. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan menggunakan teknik analisis uji korelasi rank spearman. Alat ukur yang digunakan adalah Big Five Personality Inventory (BFI) yang diadaptasi oleh Ramdhani (2012) dengan berdasar pada teori McCrae & Costa dan Celebrity Attitude Scale (CAS) yang diadaptasi oleh Elmanda & Rositawati (2020) dengan berdasar pada teori Maltby et al. Temuan pada penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif yang cukup erat antara tipe kepribadian neuroticism dengan celebrity worship ditunjukkan dengan nilai korelasi sebesar  $r = 0.440$  dan  $p < 0.01$ , sedangkan pada tipe kepribadian openness to experience ( $r = 0.270$  dan  $p < 0.01$ ), conscientiousness ( $r = 0.103$  dan  $p < 0.05$ ), extraversion ( $r = 0.293$  dan  $p < 0.05$ ), dan agreeableness ( $r = 0.278$  dan  $p < 0.01$ ) hanya berkorelasi secara signifikan dengan dimensi entertainment-social dari celebrity worship.

**Kata Kunci:** *Celebrity Worship, Personality, Usia Dewasa Awal.*

## A. Pendahuluan

Korean pop atau yang lebih sering dikenal dengan K-Pop merupakan musik Korea populer yang berasal dari negeri gingseng, Korea Selatan [1]. Fenomena K-Pop ini, pertama kali mulai menyebar ke negara terdekat dari Korea Selatan yaitu China, Taiwan, dan Hongkong. Setelah menyebar ke negara-negara terdekat tersebut, akhirnya pada tahun 2000an K-Pop mulai memasuki pasar Asia Tenggara, termasuk pula ke Indonesia [2].

Penggemar K-pop atau yang lebih sering disebut dengan K-popers merupakan penggemar yang mengagumi satu atau lebih idolanya yang berkarya pada bidang musik pop korea [3]. Dilansir dari Tempo (2021), banyaknya K-popers di Indonesia terlihat dari K-pop yang selalu menjadi topik pembahasan dominan di media sosial. Berdasarkan data internal Twitter dari tanggal Juli 2020 – Juni 2021, sebanyak 7,5 miliar twit tentang K-Pop sebagian besar berasal dari Indonesia, lalu disusul oleh Filipina, Thailand, Korea Selatan, dan Amerika Serikat. Angka tersebut memecahkan rekor tahun sebelumnya sebanyak 6,1 miliar. Sejak awal tahun hingga akhir tahun 2022, Indonesia masih tercatat sebagai negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak di dunia maya [5].

Kuatnya pengaruh musik K-pop di Indonesia pun dapat dilihat dari banyak didirikannya komunitas atau fandom penggemar. Seperti adanya fandom NCTzen yang merupakan komunitas penggemar dari boy group yang sedang populer di Indonesia yaitu NCT. Kepopuleran boy group NCT di Indonesia dapat terlihat dari penjualan tiket konser NCT di Indonesia terjual habis dalam waktu kurang dari 1 jam, total dari seluruh NCTzen yang hadir dalam konser tersebut adalah 16,000 penggemar [6], lalu NCT kembali melakukan konser di Indonesia pada Maret 2023 dengan jumlah 36,000 penggemar yang hadir [7], NCT juga terpilih menjadi brand ambassador platform belanja online Blibli dan minuman Nu Green Tea [8], dan juga terpilih menjadi brand ambassador produk kecantikan Somethinc dan mie instan Lemonilo [9].

Daya tarik yang dimiliki grup tersebut tentunya memiliki pengaruh yang cukup besar untuk memunculkan perasaan ketertarikan yang mendalam bagi penggemarnya. Celebrity worship kemudian digunakan untuk menggambarkan fenomena hubungan satu arah yang dialami individu dengan idolanya [10]. Perilaku celebrity worship pada dasarnya dapat dipahami sebagai bentuk interaksi parasosial yang merupakan fenomena abnormal, seseorang dapat berasumsi bahwa identitas utuh seseorang secara virtual terobsesi dengan satu atau lebih idola [11]. Maltby et al. (2006) juga mendefinisikan celebrity worship sebagai perilaku obsesi seseorang terhadap satu atau lebih idola.

Adapun perilaku fandom NCTzen Indonesia yang menggambarkan celebrity worship seperti mengganggu kehidupan anggota NCT dengan menghubungi nomor telepon yang didapatkannya secara ilegal [13], menunjukkan ketidaksukaannya apabila idolanya mendapatkan rumor berpacaran karena penggemar sudah menganggap anggota NCT sebagai kekasih atau pasangannya, mencari tahu dan mengikuti anggota NCT sampai ke tempat penginapan pada saat akan dilaksanakan konser karena ingin lebih dekat dengan anggota NCT (Kompas, 2022).

Berdasarkan studi mengenai Celebrity Attitude Scale (CAS), celebrity worship dibagi menjadi tiga tingkat yaitu entertainment-social, intens-personal feeling, dan borderline pathological [12]. Tingkat terendahnya yaitu entertainment-social, ditandai dengan nilai, perilaku, dan sikap individu yang digambarkan dengan mendiskusikan apa yang telah dilakukan idola favorit mereka dengan teman atau sejenisnya, sebab penggemar tertarik pada selebriti favorit karena kemampuannya menghibur dan menarik perhatian. Tingkat selanjutnya yaitu intens-personal feeling, yang ditandai dengan individu menggambarkan idola favoritnya sebagai pendamping hidup atau perasaan pribadi yang lebih intens atau individu selalu memikirkan idolanya dalam keadaan apapun. Tingkat keparahan tertingginya adalah borderline pathological, tingkatan inilah yang paling bermasalah karena ditandai dengan perilaku yang lebih ekstrem seperti bersedia melakukan apapun meskipun ilegal dan membahayakan dirinya, serta melibatkan khayalan dan imajinasi yang irasional.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Laksono & Noer (2021), di Indonesia kepada dewasa awal kalangan pecinta kpop bahwa semakin tinggi tingkat celebrity worshipnya,

maka semakin intens frekuensi dan intensitas perilaku yang mencerminkan kecintaan individu terhadap idolanya. Kegiatan pengidolaan yang intens ini mengganggu keseharian individu, membuat mereka menarik diri dari lingkungan, kesulitan untuk menjalin hubungan romantis, dan menjadikan idolanya sebagai tempat pelarian dari kehidupannya nyata. Penelitian tersebut sejalan dengan yang dikemukakan oleh McCutcheon, Lange & Houran (2002), bahwa individu akan menjadi terlalu asik dengan dunianya sendiri.

Pada penelitian terdahulu ditemukan bahwa celebrity worship secara signifikan berkorelasi dengan ciri-ciri kepribadian klinis seperti kecenderungan fantasi dan disosiasi [12]. Sebuah studi oleh Sheridan et al. (2007) juga mengemukakan bahwa celebrity worship secara positif terkait dengan kecanduan dan kriminalitas, sebagaimana diukur dengan Kuesioner Kepribadian Eysenck. Penelitian lebih lanjut mengenai personality dan celebrity worship berkembang menggunakan teori dari big five personality.

Personality adalah pola sikap yang relatif permanen dan memiliki karakteristik unik yang konsisten pada individu [15]. McCrae dan Costa [15], memperoleh konsep lima struktur personality yang menunjukkan perbedaan individual yaitu *openness to experiences*, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, dan *neuroticism*. Individu yang dominan pada kepribadian *openness to experiences* cenderung sering mencari pengalaman yang berbeda, bervariasi, terbuka, imajinatif, kreatif, dan memiliki rasa ingin tahu yang besar. Individu dengan kepribadian *conscientiousness* yang dominan cenderung ambisius, rajin, teratur dan berhati-hati dalam bertindak. Individu dengan kepribadian *extraversion* yang dominan cenderung penuh kasih sayang, ceria, senang berbicara, mudah bergaul dan menyenangkan. Individu dengan kepribadian *agreeableness* yang dominan merupakan sosok yang dermawan, lemah lembut, dan toleran. Kemudian, Individu yang dominan pada kepribadian *neuroticism* memiliki kecenderungan cemas, temperamental, sentimental, emosional dan rentan terhadap gangguan yang terkait dengan stress.

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa celebrity worship di usia dewasa awal berkaitan dengan tipe kepribadian tertentu. Seperti halnya pada penelitian Maltby et al. (2003), menemukan adanya hubungan antara tipe personality Eysenck dengan celebrity worship, yaitu *psychoticism* dengan *borderline-pathological*. Penelitian serupa oleh Maltby et al. (2004) yang menemukan bahwa di Amerika Serikat, celebrity worship berhubungan dengan kesehatan mental yang lebih buruk dan mengklaim bahwa *neuroticism* mengarah pada celebrity worship yang lebih tinggi. Kemudian Maltby et al. (2011) melakukan kembali penelitiannya di Inggris dengan menggunakan *big five personality*, dan menemukan adanya hubungan antara *extraversion* dengan *entertainment-social* serta hubungan antara *neuroticism* dengan *intense-personal feeling*, sedangkan dengan tipe kepribadian lainnya seperti *openness to experiences*, *conscientiousness*, dan *agreeableness* tidak terdapat hubungan yang signifikan dengan celebrity worship.

Adapun penelitian serupa yang dilakukan di Indonesia khususnya di Jabodetabek pada penggemar K-pop usia dewasa awal, menurut hasil penelitian dari Efathania & Aisyah (2019) semakin dominan kepribadian *neuroticism* dan *agreeableness*, maka tingkat celebrity worshipnya pun semakin tinggi. Sedangkan tipe kepribadian lainnya seperti *openness to experiences*, *conscientiousness*, dan *extraversion* tidak terdapat hubungan yang signifikan dengan celebrity worship. Penelitian yang serupa dilakukan oleh Yugiputri & Halim (2021) pada penggemar K-pop khususnya dikalangan perempuan usia dewasa awal, bahwa semakin tinggi tingkatan celebrity worshipnya, maka semakin dominan kepribadian *neuroticism* dan *openness to experiences*nya. Sedangkan tipe kepribadian lainnya seperti *conscientiousness*, *extraversion*, dan *agreeableness* tidak terdapat hubungan yang signifikan dengan celebrity worship.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana gambaran tipe personality pada usia dewasa awal anggota fandom NCTzen di Indonesia, bagaimana gambaran celebrity worship pada usia dewasa awal anggota fandom NCTzen di Indonesia, dan seberapa erat hubungan antara tipe personality dengan celebrity worship pada usia dewasa awal anggota fandom NCTzen di Indonesia.

## B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu anggota fandom NCTzen di Indonesia yang berada pada usia dewasa awal yang berjumlah 405 orang. Teknik pengambilan sampel yaitu Convenience Sampling diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 400 orang, dengan kriteria sebagai berikut: penggemar dari boygroup NCT (anggota fandom NCTzen); usia 18 – 40 tahun; pernah mengalami satu atau lebih dari hal berikut: a. aktif melakukan kegiatan pengidolaan terhadap boygroup NCT, seperti memfollow akun sosial media NCT, menonton konser, membeli merchandise, dsb., b. selalu ingin mengetahui kehidupan pribadi dari boygroup NCT, c. berfantasi tentang boygroup NCT.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kusioner. Teknis analisis data dalam penelitian ini yaitu uji korelasi rank spearman. Instrumen yang digunakan untuk mengukur personality yaitu Big Five Personality Inventory (BFI) yang dirancang oleh Oliver John (1990) yang kemudian diadaptasi oleh Ramdhani (2012). Sedangkan, untuk mengukur celebrity worship yaitu Celebrity Attitude Scale (CAS) yang dirancang oleh Maltby et al. (2006) yang kemudian diadaptasi oleh Elmanda & Rositawati (2020).

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 405 orang sebagai populasi. Proses pembersihan data dilakukan untuk mendapatkan homogenitas sampel dengan mengeluarkan data yang tidak sesuai dengan kriteria dalam pemilihan sampel. Dari 405 partisipan diambil 400 sebagai sampel penelitian yang selanjutnya dapat dilakukan pengolahan data. Semsntara 5 partisipan lainnya tidak dapat dilanjutkan untuk pengolahan data karena tidak memenuhi kriteria sebagaimana dipersyaratkan.

Dalam penelitian ini, didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 357 orang (89.3%) dibandingkan dengan laki-laki yang hanya berjumlah 43 orang (10.8%). Sedangkan dilihat dari usia partisipan, didominasi oleh partisipan yang berusia 18 – 20 tahun yaitu sebanyak 214 orang (53.5%), dan partisipan yang berusia 21 – 25 tahun dengan jumlah 154 orang (38.5%), lalu usia 26 – 30 tahun berjumlah 22 orang (5.5%), pada usia 31 – 35 tahun berjumlah 8 orang (2.0%), dan pada usia 36 – 40 Tahun hanya berjumlah 2 orang (0.5%).

Apabila dilihat dari domisili partisipan, didominasi oleh partisipan yang berasal dari pulau jawa yaitu sebanyak 324 orang (81.5%), dan partisipan yang berdomisili di pulau sumatera dengan jumlah 35 orang (8.8%), lalu yang berdomisili di pulau kalimantan berjumlah 17 orang (4.3%), yang berdomisili di pulau sulawesi berjumlah 15 orang (3.8%), dan yang berdomisili di pulau papua hanya 9 orang (2.3%). Sedangkan, dilihat dari tingkat pendidikan terakhirnya didominasi oleh partisipan yang dengan pendidikan terakhir S1 yaitu sebanyak 190 orang (47.5%), dan partisipan yang memiliki pendidikan terakhir SLTA/Sederajat yaitu 179 orang (44.8%), lalu pada pendidikan terakhir Diploma/Akademi berjumlah 24 orang (6.0%), pada pendidikan terakhir S2 berjumlah 4 orang (1.0%), pada pendidikan terakhir SLTP/Sederajat hanya 2 orang (0.5%), dan pada pendidikan terakhir SD hanya 1 oarang saja (0.3%).

Apabila dilihat dari status bekerja, didominasi oleh partisipan yang tidak bekerja yaitu sebanyak 296 orang (74.0%). Sedangkan partisipan yang sudah bekerja jumlahnya yaitu 106 orang (26.0%). Sedangkan, dilihat dari status pernikahannya didominasi oleh partisipan yang belum menikah yaitu sebanyak 395 orang (98.8%) dibandingkan dengan yang sudah menikah hanya berjumlah 5 orang saja (1.3%).

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, dari 400 responden pada penelitian ini, terdapat 232 responden (58%) yang memiliki tipe kepribadian *neuroticism* yang dominan, pada tipe kepribadian *agreeableness* yang dominan terdapat 122 responden (30.5%), pada tipe kepribadian *openness to experience* yang dominan terdapat 24 responden (6.0%), pada tipe kepribadian *extraversion* yang dominan terdapat 15 responden (3.8%), dan pada tipe kepribadian *conscientiousness* yang dominan 7 responden (1.8%). Sedangkan untuk perilaku *celebrity worship*, yang berada pada tingkatan *entertainment-social* terdapat 14 responden (3.5%), pada tingkatan *intens-personal feeling* terdapat 287 responden (71.8%), dan pada tingkatan *borderline pathological* terdapat 99 responden (24.8%).

**Hasil Uji Korelasi antara Big Five Personality dengan Celebrity Worship**

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara tipe *personality* dengan *celebrity worship* pada usia dewasa awal anggota *fandom NCTzen* di Indonesia, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi *Rank Spearman*. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

**Tabel 1.** Hasil Uji Korelasi antara Big Five Personality dengan Celebrity Worship

<i>Big Five Personality</i>	<i>Celebrity Worship</i>
<i>Openness to Experience</i>	-0.178**
<i>Conscientiousness</i>	-0.016*
<i>Extraversion</i>	-0.099*
<i>Agreeableness</i>	-0.131**
<i>Neuroticism</i>	0.440**

\*p < 0.05 \*\*p < 0.01

**Tabel 2.** Hasil Uji Korelasi antara Big Five Personality dengan Dimensi Celebrity Worship

	<b>Correlation Coefficient</b>	<b>Sig. (2-tailed)</b>
<b>Hubungan <i>Openness to Experience</i> dengan Dimensi <i>Celebrity Worship</i></b>		
<i>Openness to Experience</i> dengan <i>Entertainment-social</i>	0.270**	0.000
<i>Openness to Experience</i> dengan <i>Intense personal feeling</i>	0.050	0.053
<i>Openness to Experience</i> dengan <i>Borderline Pathological</i>	- 0.090	0.073
<b>Hubungan <i>Conscientiousness</i> dengan Dimensi <i>Celebrity Worship</i></b>		
<i>Conscientiousness</i> dengan <i>Entertainment-social</i>	0.103*	0.040
<i>Conscientiousness</i> dengan <i>Intense personal feeling</i>	- 0.004	0.932
<i>Conscientiousness</i> dengan <i>Borderline Pathological</i>	- 0.018	0.720
<b>Hubungan <i>Extraversion</i> dengan Dimensi <i>Celebrity Worship</i></b>		
<i>Extraversion</i> dengan <i>Entertainment-social</i>	0.293**	0.000

<i>Extraversion</i> dengan <i>Intense personal feeling</i>	0.003	0.947
<i>Extraversion</i> dengan <i>Borderline Pathological</i>	- 0.054	0.277
<b>Hubungan Agreeableness dengan Dimensi Celebrity Worship</b>		
<i>Agreeableness</i> dengan <i>Entertainment-social</i>	0.278**	0.000
<i>Agreeableness</i> dengan <i>Intense personal feeling</i>	0.098	0.149
<i>Agreeableness</i> dengan <i>Borderline Pathological</i>	- 0.039	0.438
<b>Hubungan Neuroticism dengan Dimensi Celebrity Worship</b>		
<i>Neuroticism</i> dengan <i>Entertainment-social</i>	0.292**	0.000
<i>Neuroticism</i> dengan <i>Intense personal feeling</i>	0.564**	0.000
<i>Neuroticism</i> dengan <i>Borderline Pathological</i>	0.769**	0.000
*p < 0.05 **p < 0.01		

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, terdapat hubungan positif yang cukup erat antara *Neuroticism* dengan *Celebrity Worship* ( $r = 0.440$  dan  $p < 0.01$ ), artinya semakin dominan kepribadian *neuroticism*, maka semakin tinggi tingkatan *celebrity worship* pada usia dewasa awal anggota *fandom NCTzen* di Indonesia. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yugiputri & Halim (2021); Efathania & Aisyah (2019); dan Maltby et al. (2004), yang mengungkapkan bahwa tipe kepribadian *neuroticism* secara signifikan berkorelasi positif dengan ketiga dimensi dari *celebrity worship*. Tipe kepribadian *neuroticism* dalam penelitian ini berkorelasi sangat kuat dengan *borderline pathological* ( $r = 0.769$ ,  $p < 0.01$ ), hal ini berkaitan dengan beberapa bentuk perilaku obsesi yang ditemukan pada anggota *fandom NCTzen* seperti mengganggu kehidupan anggota *NCT* dengan menghubungi nomor telepon yang didapatkannya secara ilegal, ataupun mencari tahu dan mengikuti anggota *NCT* sampai ke tempat penginapan pada saat akan dilaksanakan konser (Kompas, 2022). Perilaku tersebut sejalan dengan karakteristik dari *borderline pathological* yang menggambarkan individu kesulitan untuk mengendalikan perilaku terhadap idolanya [4]. Ditemukan juga *neuroticism* berkorelasi kuat dengan *intense personal feeling* ( $r = 0.564$ ,  $p < 0.01$ ), hal ini berkaitan dengan bentuk perilaku obsesi yang ditemukan pada anggota *fandom NCTzen* seperti tidak suka apabila idolanya mendapatkan rumor berpacaran karena penggemar sudah menganggap anggota *NCT* sebagai kekasih atau pasangannya (Kompas, 2022). Perilaku tersebut sejalan dengan karakteristik dari *intense personal feeling* yang menggambarkan seberapa kuat perasaan yang dimiliki individu terhadap idola dan seberapa kuat individu terobsesi pada kehidupan pribadi idola [4]. Ditemukan pula *neuroticism* yang berkorelasi cukup erat dengan *entertainment social* ( $r = 0.292$ ,  $p < 0.01$ ), hal ini menunjukkan bahwa penggemar yang awalnya hanya sekedar mencari informasi mengenai idolanya atau hanya sekedar menjadikan hiburan, apabila memiliki tipe kepribadian *neuroticism* akan lebih mudah untuk terobsesi dengan idolanya karena individu cenderung neurotik seperti cemas, gelisah, dan khawatir apabila tertinggal informasi mengenai idola favoritnya.

Hasil lainnya yang ditemukan yaitu terdapat hubungan negatif yang sangat lemah antara *Openness to Experience* dengan *Celebrity Worship* ( $r = -0.178$ ,  $p < 0.01$ ), artinya semakin

dominan kepribadian *openness to experience*, maka semakin rendah tingkatan *celebrity worship* pada usia dewasa awal anggota *fandom NCTzen* di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan bahwa pada penelitian ini hanya ditemukan hubungan yang cukup erat antara *openness to experience* dengan dimensi *entertainment-social* yang merupakan tingkatan terendah dari *celebrity worship* ( $r = 0.270, p < 0.01$ ). Individu dengan *openness to experience* yang lebih dominan cenderung penuh rasa ingin tahu, terbuka, dan lebih memilih pengalaman yang bervariasi [5], sehingga kaitannya dengan *entertainment-social* yaitu individu menjadikan idola favoritnya hanya sebagai hiburan dan ingin memenuhi rasa keingintahuannya mengenai idolanya, tanpa melakukan perilaku kegemaran terhadap idola yang berlebihan karena individu memiliki berbagai minat lainnya atau tidak fokus pada satu minat saja.

Hasil lainnya yang ditemukan yaitu terdapat hubungan negatif yang sangat lemah antara *Conscientiousness* dengan *Celebrity Worship* ( $r = -0.016, p < 0.05$ ), artinya semakin dominan kepribadian *conscientiousness*, maka semakin rendah tingkatan *celebrity worship* pada usia dewasa awal anggota *fandom NCTzen* di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan bahwa pada penelitian ini hanya ditemukan hubungan yang sangat lemah antara *conscientiousness* dengan dimensi *entertainment-social* yang merupakan tingkatan terendah dari *celebrity worship* ( $r = 0.103, p < 0.05$ ). Sejalan dengan hasil penelitian dari Efathania & Aisyah (2019), bahwa penggemar *k-pop* dengan kepribadian *conscientiousness* yang lebih dominan hanya berkorelasi dengan *entertainment social*. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan tipe kepribadian *conscientiousness* cenderung lebih memilih untuk mencapai sebuah prestasi atau target keberhasilan dan disiplin [5], oleh karena itu tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *conscientiousness* dengan *intense personal feeling* dan *borderline pathological*, sebab individu menjadikan idola favoritnya hanya sebagai hiburan saja.

Hasil lainnya yang ditemukan yaitu terdapat hubungan negatif yang sangat lemah antara *Extraversion* dengan *Celebrity Worship* ( $r = -0.099, p < 0.05$ ), artinya semakin dominan kepribadian *extraversion*, maka semakin rendah tingkatan *celebrity worship* pada usia dewasa awal anggota *fandom NCTzen* di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan bahwa pada penelitian ini hanya ditemukan hubungan yang cukup erat antara *extraversion* dengan dimensi *entertainment-social* yang merupakan tingkatan terendah dari *celebrity worship* ( $r = 0.293, p < 0.05$ ). Sejalan dengan hasil penelitian dari Efathania & Aisyah (2019), bahwa penggemar *k-pop* dengan kepribadian *extraversion* yang lebih dominan dapat diikuti oleh ciri tingkatan *celebrity worship* yang rendah. Adapun hasil penelitian lain dari Maltby et al. (2011), bahwa tipe kepribadian *extraversion* berkaitan dengan *celebrity worship* karena salah satu aspeknya yaitu *Excitement-seeking*, artinya penggemar hanya memiliki keinginan dalam mencari kesenangan dalam melakukan aktivitasnya sebagai penggemar. Adapun aspek lainnya yang mendukung yaitu *gregariousness (forceful)* menggambarkan individu yang cenderung suka berkelompok, suka berteman, dan suka bergaul [7]. Sehingga mereka dengan tipe kepribadian *extraversion* yang lebih dominan hanya ingin mencari kesenangan atau hiburan dan berkumpul bersama teman-teman yang memiliki kegemaran yang sama.

Hasil lainnya yang ditemukan yaitu terdapat hubungan negatif yang sangat lemah antara *Agreeableness* dengan *Celebrity Worship* ( $r = -0.131, p < 0.01$ ), artinya semakin dominan kepribadian *agreeableness*, maka semakin rendah tingkatan *celebrity worship* pada usia dewasa awal anggota *fandom NCTzen* di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan bahwa pada penelitian ini hanya ditemukan hubungan yang cukup erat antara *agreeableness* dengan dimensi *entertainment-social* yang merupakan tingkatan terendah dari *celebrity worship* ( $r = 0.278, p < 0.01$ ). Individu dengan *agreeableness* yang lebih dominan cenderung memiliki sifat mengatribusikan niat yang baik terhadap orang lain, cenderung lebih mementingkan orang lain dibandingkan diri sendiri, dan cenderung mencegah melakukan agresi terhadap orang lain [7]. Tentunya hal ini sangat berbanding terbalik dengan *borderline pathological* yang cenderung berperilaku tidak baik seperti melakukan perbuatan yang illegal atau melanggar hukum demi idola favoritnya [4]. Oleh karena itu, tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *agreeableness* dengan *intense personal feeling* dan *borderline pathological*.

#### D. Kesimpulan

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

1. Tipe Kepribadian yang dominan pada usia dewasa awal anggota *fandom NCTzen* di Indonesia didominasi oleh individu dengan tipe kepribadian *neuroticism* (58%).
2. Tingkatan *celebrity worship* pada usia dewasa awal anggota *fandom NCTzen* di Indonesia didominasi oleh individu dengan tingkatan menengah dari *celebrity worship* yaitu *intens-personal feeling* (71.8%).
3. Berikut hasil uji hipotesis pada penelitian ini, yaitu:
  1. Terdapat hubungan positif yang cukup erat antara tipe kepribadian *neuroticism* dengan *celebrity worship* pada usia dewasa awal anggota *fandom NCTzen* di Indonesia, artinya semakin dominan kepribadian *neuroticism*, maka semakin tinggi tingkatan *celebrity worship*. Jika dilihat hubungan antara tipe kepribadian *neuroticism* dengan dimensi-dimensi *celebrity worship*, yaitu terdapat hubungan yang sangat kuat antara tipe kepribadian *neuroticism* dengan *borderline pathological*, terdapat hubungan yang kuat antara tipe kepribadian *neuroticism* dengan *intense personal feeling*, dan terdapat hubungan yang cukup erat antara tipe kepribadian *neuroticism* dengan *entertainment-social*.
  2. Sedangkan tipe kepribadian lainnya seperti *openness to experience*, *conscientiousness*, *extraversion*, dan *agreeableness* hanya berkorelasi secara signifikan dengan dimensi *entertainment-social* dari *celebrity worship*, yang artinya semakin dominan kepribadian *openness to experience*, *conscientiousness*, *extraversion*, dan *agreeableness*, maka semakin rendah tingkatan *celebrity worship*. Dimana terdapat hubungan yang cukup erat antara tipe kepribadian *openness to experience* dengan dimensi *entertainment-social*, terdapat hubungan yang cukup erat antara tipe kepribadian *extraversion* dengan dimensi *entertainment-social*, terdapat hubungan yang cukup erat antara tipe kepribadian *agreeableness* dengan dimensi *entertainment-social*, dan terdapat hubungan yang sangat lemah antara tipe kepribadian *conscientiousness* dengan dimensi *entertainment-social*.

#### Acknowledge

Ucapan terimakasih peneliti sampaikan kepada Dr. Hedi Wahyudi, M.Psi., Psikolog., selaku dosen pembimbing yang mana berkat jasanya yang tak kenal lelah dalam membimbing, mendukung dan meluangkan waktunya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti juga mengungkapkan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam proses penyusunan penelitian ini sehingga dapat berjalan dan terselesaikan.

#### Daftar Pustaka

- [1] N. A. Rasyida, "Hubungan antara self control dan fear of missing out dengan kecanduan internet pada penggemar korean pop," UIN Maulana Malik Ibrahim., Malang, 2020.
- [2] N. N. Zahra and P. Y. Wulandari, "Pengaruh Harga Diri dan Kesejahteraan Psikologis terhadap Celebrity Worship pada Dewasa Awal Penggemar K-pop," Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM), vol. 1, no. 2, pp. 1115–1125, Aug. 2021, doi: 10.20473/brpkm.v1i2.28436.
- [3] Melaisani et al., "Studi deskriptif mengenai celebrity worship pada anggota aktif Bandung Korean Community (X)," in *Prosiding Psikologi*, 2018.
- [4] F. Javier, "Ada 7,5 Miliar Twit K-pop pada Juli 2020 – Juni 2021, Terbanyak dari Indonesia," *Tempo.com*, Aug. 05, 2021. Accessed: Nov. 16, 2022. [Online]. Available: <https://data.tempo.co/data/1174/ada-75-miliar-twit-k-pop-pada-juli-2020-juni-2021-terbanyak-dari-indonesia>
- [5] "Indonesia Jadi Negara dengan K-popers Terbesar di Twitter," *CNN Indonesia*, Jan. 26, 2022. Accessed: Nov. 16, 2022. [Online]. Available: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter>.

- [6] F. Janati, "Konser NCT127 di Jakarta Ditambah Sehari" Kompas.com, Sep. 29, 2022. Accessed: Nov. 08, 2022. [Online]. Available: <https://www.kompas.com/hype/read/2022/09/29/155406366/konser-nct-127-di-jakarta-ditambah-sehari>
- [7] "Usai Konser 3 Hari, NCT Dream Janji Kembali Ke Indonesia," CNN Indonesia, Mar. 07, 2023. Accessed: Mar. 20, 2023. [Online]. Available: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230307124317-227-921907/usai-konser-3-hari-nct-dream-janji-kembali-ke-indonesia>
- [8] A. Nabila, "16 Artis Korea Brand Ambassador Produk Indonesia, Terbaru NCT127," IDN Times, Jul. 05, 2022. Accessed: Nov. 08, 2022. [Online]. Available: <https://www.idntimes.com/korea/knews/andina-nabila-hasnah/artis-korea-jadi-ba-produk-indonesia?page=all>
- [9] M. Nana, "Ada NCT Dream, 5 Grup Kpop yang Jadi Brand Ambassador Produk Indonesia," IDN Times, Jan. 20, 2022. Accessed: Nov. 08, 2022. [Online]. Available: <https://www.idntimes.com/korea/kpop/velvet-smt/grup-kpop-yang-jadi-brand-ambassador-produk-indonesia-c1c2>
- [10] L. E. McCutcheon, R. Lange, and J. Houran, "Conceptualization and measurement of celebrity worship," *British Journal of Psychology*, vol. 93, no. 1, pp. 67–87, 2002, doi: 10.1348/000712602162454.
- [11] J. Maltby, J. Houran, and L. E. McCutcheon, "A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *Journal of Nervous and Mental Disease*," *J Nerv Ment Dis*, vol. 191, no. 1, pp. 25–29, 2003, doi: 10.1097/00005053-200301000-00005.
- [12] J. Maltby, L. Day, L. E. McCutcheon, J. Houran, and D. Ashe, "Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context," *Pers Individ Dif*, vol. 40, no. 2, pp. 273–283, 2006, doi: 10.1016/j.paid.2005.07.004.
- [13] R. Halidi, "Bikin malu, Taeyong NCT Semprot Sasaeng Asal Indonesia: Stop Telepon Terus," *Suara.com*, Mar. 15, 2023. Accessed: Mar. 20, 2023. [Online]. Available: <https://www.suara.com/entertainment/2023/03/15/061500/bikin-malu-taeyong-nct-semprot-sasaeng-diduga-asal-indonesia-setop-telepon-terus>
- [14] A. P. Laksono and A. H. Noer, "Idolaku, sumber intimacy-ku: dinamika celebrity worship dan tugas perkembangan dewasa awal pecinta Kpop," *Jurnal Psikologi*, vol. 17, no. 2, pp. 139–156, 2021, doi: 10.24014/jp.v14i2.12837.
- [15] J. Feist and G. J. Feist, *Theories of Personality 9th Edition*, 9th ed. New York: McGraw-Hill, 2018.
- [16] J. Maltby, L. Day, L. E. McCutcheon, R. Gillett, J. Houran, and D. D. Ashe, "Personality and coping: A context for examining celebrity worship and mental health," *British Journal of Psychology*, vol. 95, no. 4, pp. 411–428, 2004, doi: 10.1348/0007126042369794.
- [17] J. Maltby, L. E. McCutcheon, and R. J. Lowinger, "Brief report: Celebrity worshipers and the five-factor model of personality," *N Am J Psychol*, vol. 13, no. 2, pp. 343–348, 2011.
- [18] V. N. Efathania and Aisyah, "Hubungan antara Big Five Personality Trait dengan Celebrity Worship pada Dewasa Muda Penggemar K-Pop di Sosial Media," *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, vol. 10, no. 01, pp. 1–16, Jul. 2019, doi: 10.35814/mindset.v10i01.734.
- [19] V. V. Yugiputri and M. S. Halim, "A Descriptive Study of Personality on Female Young Adult Fans with Celebrity Worship Towards K-Pop Boy-band," *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, vol. 655, no. 1, pp. 1628–1632, 2022, doi: 10.2991/assehr.k.220404.263.
- [20] O. P. John, *The "Big Five" factor taxonomy: Dimensions of personality in the natural language and in questionnaires*. . 1990.
- [21] N. Ramdhani, "Adaptasi bahasa dan budaya inventori big five.," *Jurnal Psikologi*, vol.

- 39, no. 2, pp. 189–207, 2012.
- [22] D. Elmanda and S. Rositawati, “Pengaruh celebrity worship terhadap perilaku compulsive buying pada dewasa awal anggota komunitas baia Bandung.,” in *Prosiding Psikologi*, 2020, pp. 1–6.
- [23] O. P. John and S. Srivastava, “The big-five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives,” *Journal Psychology*, pp. 1–71, 1999.
- [24] N. Zamila and E. N. Nugrahawati, “Pengaruh Kepribadian (Five Factor Personality) terhadap Perilaku Cyberbullying pada Pengguna Media Sosial,” *Jurnal Riset Psikologi*, pp. 61–68, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrp.v3i1.2060.
- [25] M. D. A. Youhan, “Pengaruh Flow Terhadap Subjective Well-Being pada Musisi Komunitas Musik KlabJazz,” *Jurnal Riset Psikologi*, vol. 3, no. 2, pp. 155–162, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrp.v3i2.3297.
- [26] P. M. Fanny and T. D. Djamhoer, “Hubungan antara Celebrity Worship dengan Body Image pada Penggemar K-Pop Usia Dewasa Awal,” *DELUSION: Exploring Psychology*, vol. 1, no. 1, pp. 21–26, 2023, doi: 10.29313/delusion.vxix.xxx.