

KETIKA IDOL MENJADI IDOLA: DAMPAK CELEBRITY WORSHIP PADA SUBJECTIVE WELL-BEING PENGGEAR DAY6 USIA DEWASA AWAL

Syntiani Devi¹, Nita Rohayati^{2*}, Yulyanti Minarsih³

Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia

¹ps20.syntianidevi@mhs.ubpkarawang.ac.id, ^{2*}nitarohayati@ubpkarawang.ac.id,

³yulyanti.minarsih@ubpkarawang.ac.id

Article Info	ABSTRACT
Article history: Received august 2^{mo}, 2024 Revised September 3^{tu}, 2024 Accepted March 11^{tu}, 2025 Keyword: Celebrity worship; Early Adult; Fans; K-Pop, Subjective well-being	<i>The attachment that Day6 fans of early adulthood have to their idol describes behavior that leads to celebrity worship where the emotional reaction forms an individual's assessment of life satisfaction and positive and negative experiences that are identical to subjective well-being. This study aims to determine the impact of celebrity worship on subjective well-being in early adult of Day6 fans. The method used is quantitative and convenience sampling technique. The sample selected was Day6 fans aged 20-40 years old as many as 130 people. The celebrity worship measuring instrument uses Celebrity Attitude Scale with 22 valid items. While for subjective well-being, the cognitive aspect is measured using the Satisfaction With Life Scale with 5 valid items and the affective aspect is measured using Scale of Positive and Negative Experience with 12 valid items. The results of hypothesis testing obtained a significance value of $p=0.020$ in the entertainment aspect social aspect, $p=0.035$ on intense personal feeling and $p=0.015$ on borderline pathological. These results show that each level of celebrity worship has an impact on the subjective well-being in early adult of Day6 fans.</i> Copyright © 2025 Jurnal IDEA. All rights reserved.

Corresponding Author:

Nita Rohayati

Fakultas Psikologi, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email: nitarohayati@ubpkarawang.ac.id

Abstrak: Keterikatan yang dimiliki penggemar Day6 usia dewasa awal terhadap idolanya menggambarkan perilaku yang mengarah pada *celebrity worship* dimana reaksi emosional tersebut membentuk penilaian individu terhadap kepuasan hidup dan pengalaman positif maupun negatif yang identik dengan *subjective well-being* mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak *celebrity worship* pada *subjective well-being* penggemar Day6 usia dewasa awal. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*. Sampel yang dipilih adalah penggemar Day6 berusia 20-40 tahun sebanyak 130 orang. Alat ukur variabel *celebrity worship* menggunakan *Celebrity Attitude Scale* sebanyak 22 aitem valid. Sedangkan untuk variabel *subjective well-being*, aspek kognitif diukur menggunakan *Satisfaction With Life Scale* dengan 5 aitem valid dan aspek afektif diukur menggunakan *Scale of Positive and Negative Experience* dengan 12 aitem valid. Hasil uji hipotesis diperoleh nilai signifikansi $p = 0.020$ pada aspek *entertainment social*, $p = 0.035$ pada *intense personal feeling* dan $p = 0.015$ pada *borderline pathological*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masing-masing tingkatan *celebrity worship* memberi dampak terhadap *subjective well-being* penggemar Day6 usia dewasa awal.

Kata kunci: *Celebrity worship*; Dewasa Awal; K-Pop, Penggemar; *Subjective well-being*

Pendahuluan

Subjective well-being mengacu pada evaluasi individu terhadap kualitas hidup mereka secara keseluruhan, termasuk kepuasan hidup dan emosi positif maupun negatif. Selaras dengan definisi yang diungkapkan Diener (2003) bahwa *subjective well-being* merupakan penilaian secara kognitif dan secara afektif yang dilakukan individu terhadap kehidupannya secara menyeluruh. Hasil evaluasi tersebut melibatkan reaksi secara emosional terhadap kejadian dalam rentang kehidupan serta penilaian kognitif terhadap kepuasan hidup dan terpenuhinya kebutuhan (Mardhatillah et al., 2023).

Subjective well-being meliputi proses penilaian terhadap aspek kognitif serta aspek afektif (Diener, 2000). *Subjective well-being* dikatakan tinggi apabila terdapat kepuasan hidup yang tinggi serta afek positif yang dominan, sementara afek negatif yang rendah. Menurut Pavot dan Diener (2004), individu yang mempunyai tingkat *subjective well-being* tinggi biasanya memiliki kehidupan yang dirasa lebih memuaskan dan mampu memandang kehidupan dari sisi positif. Sedangkan individu dewasa awal dengan *subjective well-being* rendah lebih mudah mengalami fase krisis dalam hidup ditinjau dari kondisi dan pengalaman negatif yang didapatkan, dimana individu cenderung akan mengekspresikan atau memaknai perasaan negatif yang dimiliki menjadi pemaknaan hidup yang cenderung tidak memuaskan (Wardah dan Jannah, 2022).

Dalam konteks ini, penggemar budaya populer, seperti K-pop, dapat mengalami dampak signifikan terhadap *subjective well-being* mereka. Budaya K-pop terus mengalami perkembangan di berbagai belahan dunia, salah satunya Indonesia, yang merupakan negara dengan antusiasme masyarakat paling tinggi terhadap musik K-pop. Hal ini didukung oleh data yang dilansir *twitter* (X) berdasarkan *unique authors* (Alifah, 2022) bahwa Indonesia menempati urutan nomor satu untuk penggemar K-pop dengan jumlah terbesar di dunia sejak 2021.

Dalam penelitian ini, perhatian ditujukan pada penggemar dari grup band asal Korea Selatan yaitu Day6. Dilansir dari *KTimes* (2024), Day6 berhasil menarik perhatian melalui potensi musiknya dan menciptakan basis penggemar yang lebih besar di berbagai negara di dunia. Kepopuleran band Day6 merambah ke berbagai kalangan termasuk penggemar berusia dewasa awal. Boon dan Lomoren (dalam Gumelar et al., 2021) menemukan bahwa sekitar 75% individu pada fase dewasa awal dapat menunjukkan ketertarikan tinggi terhadap selebriti idola mereka. Menurut Darfiyanti dan Putra (dalam Dewi & Indrawati, 2019), ketertarikan tersebut awalnya muncul karena karya, fisik maupun talenta selebriti yang diidolakan, namun semakin penggemar mengenal selebriti tersebut, bentuk ketertarikan mereka menjadi lebih mendalam dan mengarah pada kualitas pribadi sang idola.

Kekaguman terhadap selebriti yang sering kali melibatkan keterikatan emosional mendalam merujuk pada suatu istilah yang disebut *celebrity worship*. Maltby et al. (2006) menjelaskan *celebrity worship* sebagai bentuk perilaku seorang penggemar dan sifatnya satu arah, yaitu perilaku ketika penggemar berupaya untuk selalu terlibat dalam kehidupan personal idolanya. Sedangkan menurut Riza et al. (2023) *celebrity worship* merupakan perilaku berlebihan yang dikaitkan secara terus-menerus dengan kehidupan sang idola sehingga memengaruhi kehidupan nyata individu tersebut. Terdapat tiga aspek yang digambarkan sebagai suatu tahapan atau tingkatan *celebrity worship* (Maltby et al., 2003), yaitu *entertainment social*, dimana tingkatan ini menunjukkan sikap ketika penggemar merasa tertarik terhadap sosok selebriti karena kemampuannya dalam menghibur dan menarik atensi penggemar. Kemudian *intense personal-feeling*, dimana dalam tahap ini perilaku penggemar menunjukkan perasaan intens dan kompulsif kepada selebriti yang menjadi idolanya. Terakhir adalah *borderline pathological*, dimana pada

tingkatan ini individu bersedia melakukan berbagai tindakan demi idolanya, termasuk sesuatu yang melanggar norma hukum maupun sosial.

Setiap individu berada pada salah satu aspek yang merujuk pada tingkatan *celebrity worship* yang dimilikinya. Setiap tingkatan *celebrity worship* memiliki pengaruh pada *subjective well-being* individu. Selaras dengan hasil survei pra-penelitian yang dilakukan peneliti pada Desember 2023 terhadap 796 penggemar *Day6* usia 20 - 35 tahun di pulau Jawa, diperoleh sebanyak 70% penggemar pernah merasakan pengalaman negatif selama menjadi penggemar, salah satunya adalah perasaan sakit hati, marah dan terusik apabila idolanya mendapat perlakuan maupun komentar buruk dari orang lain. Penggemar *Day6* tidak hanya menikmati karya musik yang diciptakan, tetapi juga merasakan keterikatan emosional yang mendalam dengan para anggota grup band tersebut. Adanya keterikatan emosional dengan idola mengakibatkan individu merasa memiliki tanggungjawab untuk melindungi idolanya dari kalangan pembenci maupun dari perilaku buruk dan tidak adil (Salsabila & Banowo, 2024). Konflik yang intens dan berlarut-larut antar penggemar dapat menyebabkan individu merasa cemas, stres dan tertekan oleh tanggungjawab untuk membela idolanya atau khawatir tentang bagaimana konflik tersebut akan memengaruhi reputasi sang idola dan hubungannya dengan penggemar lain.

Fenomena di atas dapat memberikan efek terhadap meningkatnya afek negatif individu dan memengaruhi kesejahteraan emosional mereka secara keseluruhan. Menurut Pavot, W., dan Diener (2004), afek negatif yang meliputi kecemasan, kekecewaan, kontrol emosi yang buruk sehingga menjadi mudah marah, menganggap setiap pengalaman hidupnya sebagai hal yang tidak menyenangkan, kehilangan kepuasan hidup, dan isolasi sosial yang berpotensi memiliki gangguan kesehatan mental menandakan kecenderungan individu memiliki tingkat *subjective well-being* yang rendah. Kecintaan penggemar yang cenderung berlebihan tersebut dapat menumbuhkan sikap obsesif, posesif, dan delusif sehingga memunculkan rasa ketidakpuasan mereka terhadap hidup akibat kecenderungannya berfantasi tentang sang idola (Dewi & Indrawati, 2019). Pengalaman negatif dan perasaan tidak puas terhadap hidup yang berlebihan akan berdampak pada kondisi psikologis seperti membuat individu merasa putus asa dengan hidup hingga mengalami depresi karena pikiran, perasaan, dan pengalaman mereka menjadi tidak sesuai dengan kenyataan.

Di Indonesia, terdapat keberagaman hasil dari beberapa penelitian terdahulu. Dari hasil penelitian Kusumadewi (2021) diperoleh pernyataan bahwa *celebrity worship* tidak memiliki hubungan terhadap pembentukan *subjective well-being* individu penggemar *K-pop*. Sebaliknya, penelitian Jannati dan Qodariah (2021) memperoleh temuan bahwa terdapat pengaruh *celebrity worship* pada *subjective well-being*. Akan tetapi penelitian tentang kaitan *celebrity worship* dengan *subjective well-being* masih terbatas pada populasi penggemar usia remaja atau berusia di bawah 21 tahun. Maka untuk memperluas hasil penelitian mengenai fenomena tersebut, populasi yang diteliti pada penelitian ini merupakan penggemar *Day6* yang mayoritas diketahui berusia di atas 20 tahun. Hal ini dilakukan untuk mengeksplorasi dinamika *subjective well-being* penggemar berusia dewasa awal yang dipengaruhi oleh perilaku *celebrity worship*. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah *celebrity worship* memberikan dampak pada *subjective well-being* penggemar *Day6* usia dewasa awal.

Metode

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dan desain penelitian kausal. Variabel *celebrity worship* diukur menggunakan skala yang diadopsi dari Maltby yaitu *Celebrity Attitude Scale* (CAS) dengan penilaian skala pada rentang 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Sebanyak 22 aitem pada *Celebrity Attitude Scale* (CAS) dinyatakan valid dengan reliabilitas (α) *entertainment social* yaitu 0.785, reliabilitas (α) *intense personal feelings* yaitu 0.784, dan reliabilitas (α) *borderline pathological* yaitu 0.699.

Sedangkan variabel *subjective well-being* diukur menggunakan skala yang diadopsi dari Diener yaitu *Satisfaction With Life Scale* (SWLS) untuk mengukur aspek kognitif dengan dengan penilaian pada rentang skala 1 (sangat tidak setuju) hingga 7 (sangat setuju). Pada *Satisfaction With Life Scale* (SWLS) sebanyak 5 aitem dinyatakan valid dengan nilai reliabilitas (α) 0.811. Kemudian aspek afektif diukur menggunakan *Scale of Positive and Negative Experience* (SPANE) dengan penilaian skala pada rentang 1 (sangat jarang) hingga 5 (sangat sering). Sebanyak 12 aitem pada *Scale of Positive and Negative Experience* (SPANE) dinyatakan valid dengan reliabilitas (α) 0.755.

Populasi yang digunakan adalah penggemar *Day6* berusia 20 – 40 tahun. Penentuan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow dikarenakan populasi tidak diketahui. Kemudian didapatkan jumlah sampel yang dibutuhkan paling sedikit adalah 96 responden. Teknik pengambilan sampel non-probabilitas yaitu *convenience sampling*. Kemudian diperoleh jumlah sampel yang digunakan sebanyak 130 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dimuat melalui *google form* dan disebarikan secara *online*. Analisis data dilakukan sebelum uji hipotesis diantaranya uji asumsi normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dan uji linearitas menggunakan *Compare Means*. Setelah uji asumsi, uji hipotesis yang digunakan adalah uji regresi sederhana dan koefisien determinasi sebagai uji analisis tambahan.

Hasil

Karakteristik Sampel	n	%
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	3	2.31%
Perempuan	127	97.69%
Usia		
20 – 25 tahun	88	67.69%
26 – 30 tahun	35	26.92%
31 – 35 tahun	6	4.62%
35 – 40 tahun	1	0.77%
Status Pernikahan		
Menikah	3	2.31%
Belum Menikah	126	96.92%
Bercera	1	0.77%
Status Pekerjaan		
Mahasiswa	40	30.77%
Bekerja	86	66.15%
Tidak Bekerja	4	3.08%
Pendidikan		
SMA Sederajat	24	18.46%
D3-S1	104	80%
S2-S3	2	1.54%
Lama Menjadi Penggemar Day6		
Kurang dari 1 tahun	4	3.08%
1-2 tahun	19	14.62%
3-4 tahun	42	32.31%
4-5 tahun	34	26.15%
Lebih dari 5 tahun	31	23.85%

Gambar 1. Gambaran Karakteristik Sampel

Berdasarkan data karakteristik sampel, diperoleh total sampel sebanyak 130 subjek dengan mayoritas sebanyak 127 (97.69%) adalah perempuan. Berdasarkan usia, sebanyak 88 (67,69%) berusia 20-25 tahun dan sebanyak 126 (96,92%) dari total sampel berstatus belum menikah. Sebanyak 86 (66.15%) sudah bekerja dan 104 (80%) memiliki tingkat pendidikan D3-S1. Lama menjadi penggemar beragam, namun total sebanyak 107 (82.3%) telah menjadi penggemar *Day6* selama lebih dari 3 tahun.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.71741089
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.037
	Negative	-.047
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Hasil penyebaran data dikatakan terdistribusi secara normal apabila hasil $p > 0.05$. Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* dalam penelitian ini, diperoleh nilai signifikansi $p=0.200$ yang dapat disimpulkan data berdistribusi secara normal.

ANOVA Table						
<i>Subjective well-being*</i>		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Entertainment social</i>	Deviation from					
	Linearity	972.243	21	46.297	.988	.484
<i>Intense personal feeling</i>	Deviation from					
	Linearity	820.862	23	35.690	.719	.816
<i>Borderline pathological</i>	Deviation from					
	Linearity	647.199	9	71.911	1.611	.120

Gambar 3. Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas dilihat berdasarkan nilai *deviation from linearity*, yaitu terhadap aspek *entertainment social* diperoleh nilai 0.484, terhadap aspek *intense personal feeling* diperoleh nilai 0.816, dan terhadap aspek *borderline pathological* diperoleh nilai 0.120. Maka dari hasil tersebut ($p > 0.05$) disimpulkan bahwa hubungan antara ketiga aspek pada *celebrity worship* dan *subjective well-being* adalah linear.

Aspek/Tahapan	R	R ²	Unstandardized		Standardized		
			B	Std. Error	Beta	t	Sig.
<i>Entertainment social</i>	.204 ^a	.042	.316	.134	.204	2.357	.020
<i>Intense personal feeling</i>	.185 ^a	.034	.216	.102	.185	2.132	.035
<i>Borderline pathological</i>	.213 ^a	.046	.752	.304	.213	2.472	.015

Gambar 4. Hasil Uji Regresi Sederhana Aspek CWS terhadap SWB

Berdasarkan hasil hipotesis, diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh ketiga aspek *celebrity worship* pada *subjective well-being* dengan nilai signifikansi aspek *entertainment social* $p=0.020$ ($p < 0,05$), $p=0.035$ ($p < 0,05$) pada *intense personal feeling*, dan $p=0.015$ ($p < 0.05$) pada *borderline pathological*.

Dari hasil yang diuraikan, maka diperoleh kesimpulan bahwa H_a diterima yang artinya *celebrity worship* memberi pengaruh signifikan terhadap *subjective well-being*. Ketiga aspek memiliki nilai Beta yang positif, yaitu pada *entertainment social* adalah 0.204, pada *intense personal feeling* adalah 0.185, dan pada *borderline pathological* adalah 0.213, sehingga diketahui bahwa masing-masing aspek *celebrity worship* memiliki hubungan positif dengan *subjective well-being*.

Adapun koefisien determinasi (R^2) pada aspek *entertainment social* sebesar 0.042 yang artinya aspek tersebut memberi pengaruh sebesar 4.2% terhadap *subjective well-being*. Pada aspek *intense personal feeling* sebesar 0.034 yang artinya aspek tersebut memberi pengaruh sebesar 3,4% terhadap SWB. Kemudian pada aspek *borderline pathological* sebesar 0.046 yang menunjukkan bahwa aspek tersebut memberi pengaruh sebesar 4.6% pada *subjective well-being*.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, diketahui bahwa *celebrity worship* memberi pengaruh pada *subjective well-being* penggemar Day6 usia dewasa awal. Ketiga aspek *celebrity worship* yaitu *entertainment social*, *intense personal feeling* dan *borderline pathological* memberikan pengaruh signifikan terhadap *subjective well-being*, artinya hipotesis awal diterima yaitu terdapat pengaruh *celebrity worship* terhadap *subjective well-being*. Temuan ini selaras dengan temuan dari penelitian Zamani dan Nugrahawati (2022) yang meneliti variabel serupa Akan tetapi, pada penelitian terdahulu hanya aspek *entertainment social* dan *borderline pathological* yang memberikan pengaruh signifikan sedangkan pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua aspek *celebrity worship* mempunyai pengaruh pada *subjective well-being* penggemar berusia dewasa awal.

Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa kontribusi masing-masing aspek *celebrity worship* terhadap *subjective well-being* hanya memberikan pengaruh sebesar 4,2% untuk *entertainment social*, sebesar 3,4% untuk *intense personal feeling* dan sebesar 4,6% untuk *borderline pathological*. Selebihnya, *subjective well-being* dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini di antaranya faktor genetik, faktor kepribadian, faktor demografis, hubungan/relasi dan dukungan sosial, tujuan hidup, masyarakat dan budayanya,

kognitif, serta kepuasan dan kebermaknaan hidup (Diener & Oishi, dalam Wardah & Jannah, 2022). Pengaruh masing-masing aspek *celebrity worship* pada *subjective well-being* individu dewasa awal sangat bervariasi tergantung pada bagaimana individu mengelola hubungan mereka dengan idolanya. Aspek-aspek tersebut dapat ditinjau dari pengaruh positif maupun negatif dari *celebrity worship* yang berdampak pada *subjective well-being* individu sesuai dengan tingkat *celebrity worship* mana yang mereka miliki.

Penggemar yang berada pada tahap *entertainment social* lebih banyak mendapatkan dampak positif terhadap kesejahteraan subjektifnya. Maltby et al. (2003) menyebutkan perilaku penggemar di tingkat ini sebatas menganggap selebriti idolanya sebagai hiburan dan mulai membangun hubungan dengan penggemar lain untuk bertukar informasi terkait idolanya. Hal ini juga dijelaskan pada penelitian Boon & Lamore (dalam Zamani & Nugrahawati, 2022) bahwa pada tahap *entertainment social*, selebriti memiliki pengaruh terhadap perilaku serta keyakinan individu. Salah satunya adalah ketika sang idola memberikan mereka inspirasi dan motivasi dalam melakukan sesuatu yang mengarah pada hal positif, seperti membangun relasi yang baik dengan orang sekitar atau berbuat kebaikan pada sesama dengan melakukan kegiatan *charity* bersama penggemar lain. Pada tingkat ini, penggemar merasa lebih bahagia dan puas dengan hidup mereka karena merasa memiliki ‘teman’ atau ‘*role model*’ yang dikagumi serta membuat mereka memiliki peran dalam kehidupan sosial.

Melalui interaksi dalam kehidupan sosialnya, individu dapat memperoleh dukungan yang dapat meningkatkan harga diri dan perasaan positif dalam dirinya (Poegoeh & Hamidah, 2016). Maka secara tidak langsung, penggemar yang berada di tingkat ini memperoleh banyak hal yang dapat membentuk *subjective well-being* yaitu dukungan serta relasi sosial. Bentuk kepuasan hubungan yang terjalin dari interaksi positif merupakan bagian penting dalam meningkatkan kepuasan hidup individu (Panjaitan dan Rahmasari, 2021). Keterhubungan ini dapat meningkatkan perasaan positif dan memberikan makna dalam hidup mereka. Menurut Brannon dan Feist (dalam Sardi & Ayriza, 2020) individu yang memperoleh dukungan yang positif dari relasinya menjadi lebih resilien terhadap stres sehingga memiliki kepercayaan diri ketika menghadapi tantangan, dimana hal tersebut berdampak pada kepuasan hidupnya.

Tahap *intense personal feeling*, individu mulai merasa adanya ikatan yang lebih kuat secara emosional dengan idolanya sehingga merasa seolah dapat merasakan apa yang dialami oleh idolanya (Maltby et al., 2003). Pada tingkat ini, *celebrity worship* memberikan dampak pada *subjective well-being* yang dapat dilihat melalui perspektif positif serta negatif. Jika keterikatan ini sehat, dapat memberikan dukungan emosional. Dengan kelekatan emosional tersebut, individu dapat memiliki perasaan lebih positif tentang dirinya sendiri ketika mereka mengidentifikasi diri dengan nilai atau pencapaian yang dianggap positif dari idolanya. Seperti bagaimana sang idola bekerja keras meraih impiannya, motivasi dan kegigihan idolanya tersebut dapat dirasakan penggemar sehingga menjadi motivasi mereka dalam meraih impian dengan keyakinan jika idolanya mampu meraih impian tersebut, maka mereka pun mampu melakukannya.

Di sisi lain, jika individu mengabaikan hubungan sosial dan kehidupan nyata sehingga terlalu fokus pada idolanya, hal ini dapat berdampak negatif pada kesejahteraan hidup mereka, seperti munculnya perasaan kesepian hingga depresi. Maltby et al. (dalam Anjani & Hendro, 2023) mengaitkan tahap *intense personal feeling* pada kepribadian *neuroticism* yang menyebabkan penggemar mudah merasakan kecemasan, mudah merasa tertekan, dan menjadi lebih emosional karena terlalu terikat dengan kehidupan pribadi idolanya. Kecemasan tersebut dapat muncul ketika individu mengetahui masalah yang terjadi pada kehidupan pribadi idolanya,

ketika idolanya mendapatkan komentar buruk dari orang lain, atau ketika terjadi perang penggemar atau *fanwar* hingga saling melempar ujaran kebencian untuk membela idolanya.

Aktivitas penggemar yang mengarah pada perilaku negatif cenderung memberikan pengalaman dan perasaan yang negatif bagi mereka. Menurut Pavot dan Diener (2004) apabila pengalaman negatif individu lebih besar dibanding pengalaman positif cenderung mengakibatkan *subjective well-being* individu menjadi rendah. Individu yang berada pada tingkat kesejahteraan subjektif rendah mengakibatkan individu merasa kurang puas dengan hidup yang dijalannya di masa kini, masa lalu, bahkan kehidupannya yang akan datang (Wardah & Jannah, 2022).

Selanjutnya pada tahap *borderline pathological*, individu sudah beranggapan bahwa mereka memiliki hubungan dua arah atau timbal balik dengan idolanya sedangkan kenyataannya adalah sebaliknya. Dalam upaya memenuhi kebutuhan psikologisnya, perilaku yang cenderung adiktif di tahap ini mampu mendorong individu melakukan tindakan ilegal yang melanggar norma, baik sosial maupun hukum, sebagai bentuk pembuktian rasa cinta dan loyalitas mereka terhadap idolanya (Zsila et al., 2018).

Pada tahap ini, ketika terdapat penggemar yang menganggap sang idola sebagai pasangan mereka cenderung tidak menerima ketika idolanya memiliki pasangan. Mereka dapat melakukan pemberontakan misalnya dengan menyebar ujaran kebencian terhadap pasangan idolanya hingga mengirim teror ke perusahaan yang menaungi selebriti idolanya. Perilaku tersebut dapat menimbulkan rasa stres hingga masalah dalam hubungan sosial karena individu dapat kehilangan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan obsesi mereka terhadap idolanya. Untuk itu, individu yang berada pada tahap ini cenderung tidak memiliki kepuasan hidup (*life satisfaction*) di dunia nyata sehingga membuat dirinya larut dalam kesenangan pribadi yang diciptakan individu melalui hubungan parasosialnya dengan sang idola (Mardhatillah et al., 2023).

Dari uraian di atas telah menjelaskan bagaimana ketiga aspek atau tingkatan *celebrity worship* memengaruhi dan memberikan dampak terhadap *subjective well-being* penggemar yang dilihat dari perspektif positif maupun negatif. Adapun berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, ketiga aspek tersebut memiliki hubungan yang bernilai positif. Artinya apabila seorang penggemar memiliki *celebrity worship* yang tinggi, individu tersebut tetap bisa memperoleh *subjective well-being* yang lebih tinggi pula. Begitupun sebaliknya, jika penggemar memiliki *celebrity worship* yang rendah, maka *subjective well-being* mereka juga bisa rendah.

Hal tersebut dikarenakan selain *celebrity worship*, terdapat beberapa faktor lain yang dapat memengaruhi tinggi atau rendahnya *subjective well-being* yang dimiliki penggemar. Jika dilihat berdasarkan karakteristik responden dalam penelitian ini, responden merupakan penggemar *Day6* yang rata-rata berusia di atas 20 tahun atau telah memasuki fase dewasa awal. Pada usia ini, individu mulai membentuk prinsip hidup dan membangun tujuan untuk mencapai faktor-faktor yang dianggap dapat menciptakan kepuasan hidup sesuai keinginannya, seperti pekerjaan, kemandirian emosional, peran sosial, pendidikan serta hubungannya dengan orang lain baik dengan teman maupun hubungan dengan lawan jenis.

Menurut Raviv (dalam Zamani & Nugrahawati, 2022) individu berusia dewasa awal biasanya akan menurunkan perilaku pemujaan terhadap idola ketika telah memiliki potensi diri yang baik serta tujuan hidup yang jelas, misalnya ketika penggemar telah memiliki pasangan hidup. Penggemar yang telah menikah biasanya telah memiliki prioritas lain dalam kehidupan nyatanya sehingga intensitas mengagumi idolanya dapat berkurang. Hal ini dapat dilihat berdasarkan jumlah karakteristik sampel dalam penelitian ini dimana jumlah penggemar yang telah menikah lebih sedikit dibanding jumlah penggemar yang belum menikah.

Selain berdasarkan usia, karakteristik responden telah memenuhi faktor pendidikan dan pekerjaan yang mereka miliki. Karakteristik tersebut telah memenuhi faktor demografis yang membentuk aspek *subjective well-being* penggemar usia dewasa awal. Tingkat pendidikan tinggi yang dimiliki penggemar usia dewasa awal membantu perkembangan kognitif mereka menjadi lebih matang. Menurut Diener dan Oishi (dalam Wardah & Jannah, 2022) tingkat kognitif individu dapat membedakan cara pandang dan pemahaman mereka terhadap dunia dimana hal ini menimbulkan perbedaan kualitas tingkat kepuasan hidup (*life satisfaction*) yang ingin mereka miliki.

Maka dikarenakan oleh faktor-faktor tersebut, perilaku *celebrity worship* yang penggemar dewasa awal miliki masih dapat dikendalikan meskipun berpengaruh pada penilaiannya terhadap kesejahteraan subjektifnya. Sebab *subjective well-being* sendiri memiliki konsep kebahagiaan serta kepuasan hidup individu yang berprinsip kepada kesenangan yang bersifat individual. Sehingga perilaku *celebrity worship* yang dimiliki penggemar cenderung dimiliki sebagai bentuk pengalihan dari kehidupan nyata yang dijalani individu untuk mendapat kesenangan hedonis saja bukan untuk memenuhi seluruh kebutuhan afeksi dan kepuasan hidup individu.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian, diperoleh hasil yang menyatakan ketiga aspek *celebrity worship* memberi pengaruh signifikan pada *subjective well-being* penggemar Day6 usia dewasa awal, dimana hasil penelitian ini selaras dengan hipotesis awal yang diajukan. Ketiga aspek *celebrity worship* memberikan pengaruh terhadap *subjective well-being* dan memiliki hubungan yang bernilai positif, yang artinya apabila *celebrity worship* tinggi, maka *subjective well-being* akan meningkat. Begitupun sebaliknya, jika *celebrity worship* rendah, maka *subjective well-being* menurun.

Setelah mengetahui bagaimana dampak positif dan negatif dari masing-masing tingkatan *celebrity worship* terhadap *subjective well-being*, diharapkan penggemar dapat lebih bijak dalam mengidolakan selebriti dengan memiliki kesadaran untuk membangun batasan dalam mengagumi idolanya, meningkatkan kontrol diri dan fokus meningkatkan kualitas hidup agar terhindar dari dampak negatif yang berpotensi menurunkan tingkat kesejahteraan subjektif yang dimiliki. Selain itu, apabila terdapat peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan fenomena serupa, disarankan untuk menambahkan faktor lain sebagai variabel mediator maupun karakteristik sampel yang lebih spesifik, seperti penggemar yang menikah dan belum menikah, sehingga bisa mendapatkan hasil penelitian yang lebih dalam dan pengembangan ilmu pengetahuan yang lebih luas.

Referensi

- Alifah, N. N. (2022). *Indonesia jadi negara dengan fans k-pop terbanyak di dunia*. <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>
- Anjani, L. S., & Hendro, W. D. (2023). Hubungan antara *celebrity worship* terhadap *subjective well-being* pada remaja penggemar k-pop. *JCI: Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(4), 1023–1030.

- Dewi, D. P. K. S., & Indrawati, K. R. (2019). Gambaran celebrity worship pada penggemar k-pop usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(02), 291. <https://doi.org/10.24843/jpu.2019.v06.i02.p08>
- Diener, E. (2000). Subjective well-being the science of happiness and proposal for a national index. *American Psychological Association*, 1, 34.
- Diener, E. (2003). Personality, culture, and subjective well-being: emotional and cognitive evaluation of life. *Journal Of Pshychology*, 54.
- Gumelar, S. A., Almaida, R., & Laksmiwati, A. (2021). Dinamika psikologis fangirl k-pop. *Cognicia*, 9(1), 17–24. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>
- Jannati, N. N., & Qodariah, S. (2021). Pengaruh celebrity worship terhadap subjective well-being pada penggemar NCT di Bandung. *Prosiding Psikologi*, 7(2), 225–231. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/psikologi/article/view/28294>
- KTimes. (2024). *Day6 to reconnect with fans at first official fan meeting in nearly five years*. The Korea Times. https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2024/08/398_375641.html
- Kusumadewi, N. (2021). *Hubungan antara celebrity worship dengan subjective wellbeing pada penggemar idol k-pop* [Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya]. <http://repository.wima.ac.id/id/eprint/26004/>
- Maltby, J., Day, L., & McCutcheon, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness, and dissociation: developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. *Personality and Individual Differences*, 40, 273–283.
- Mardhatillah, R., Ningsih, Y. T., Psikologi, D., Psikologi, F., Universitas, K., & Padang, N. (2023). Kontribusi dimensi celebrity worship terhadap subjective well-being pada mahasiswa k-popers universitas negeri Padang. *IJESPG Journal*, 1(3), 96–106. <http://ijespgjournal.org>
- Panjaitan, M. E., & Rahmasari, D. (2021). Hubungan antara social comparison dengan subjective well-being pada mahasiswi psikologi UNESA pengguna instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(5), 1–14. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/41318>
- Pavot, W., & Diener, E. (2004). The subjective evaluation of well-being in adulthood: findings and implications. *Ageing International*, 29, 113–135.
- Poegoeh, D. P., & Hamidah, H. (2016). Peran dukungan sosial dan regulasi emosi terhadap resiliensi keluarga penderita skizofrenia. *INSAN Jurnal Psikologi Dan Kesehatan Mental*, 1(1), 12. <https://doi.org/10.20473/jpkm.v1i12016.12-21>
- Riza, W. L., Rahman, P. R. U., & Widiyanti, R. (2023). Pengaruh attachment style terhadap celebrity worship pada dewasa awal penggemar selebriti Korea di Karawang. *Psychopedia Jurnal Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 8(1), 43–49. <https://doi.org/10.36805/psychopedia.v8i1.5541>
- Salsabila, Z. Z., & Banowo, E. (2024). Fenomena Fanwar Dalam Fanatisme Penggemar Kpop Pada Media Sosial Twitter. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 18–36. <https://doi.org/10.14710/interaksi.13.1.18-36>
- Sardi, L. N., & Ayriza, Y. (2020). Pengaruh dukungan sosial teman sebaya terhadap ubjective well-being pada remaja yang tinggal di pondok pesantren. *Acta Psychologia*, 2(1), 41–48.

<https://doi.org/10.21831/ap.v1i1.34116>

Wardah, N. A., & Jannah, M. (2022). Subjective well-being pada dewasa awal representation of subjective Well-being in early adulthood. *Character: Jurnal Pendidikan Psikologi*, 10(02), 232–242.

Zamani, F. R., & Nugrahawati, E. N. (2022). Pengaruh celebrity worship terhadap subjective well-being pada penggemar BTS dewasa awal. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(2), 506–514. <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i3.3126>

Zsila, Á., McCutcheon, L. E., & Demetrovics, Z. (2018). The association of celebrity worship with problematic Internet use, maladaptive daydreaming, and desire for fame. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(3), 654–664. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.76>