

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era digital kontemporer, percepatan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merevolusi setiap aspek kehidupan manusia, mulai dari interaksi sosial hingga cara individu memperoleh informasi dan membentuk identitas (Castells, 2000). Internet, sebagai tulang punggung revolusi ini, bukan lagi sekadar alat komunikasi atau pencarian data, melainkan telah bertransformasi menjadi sebuah ekosistem kompleks yang memfasilitasi pembentukan komunitas virtual, penyebaran budaya, dan konstruksi realitas sosial baru. Kemudahan akses informasi, yang memungkinkan individu mencari dan menerima konten dari berbagai belahan dunia dalam hitungan detik (Setiyani, 2010), telah menciptakan budaya konsumsi media yang partisipatif. Masyarakat modern tidak hanya menjadi penerima informasi pasif, melainkan juga produsen dan kurator konten, khususnya di ranah budaya populer (Jenkins, 2006). Fenomena ini diperkuat oleh dominasi platform media sosial seperti Twitter, Instagram, dan TikTok, yang tidak hanya menghubungkan individu lintas geografis tetapi juga menjadi arena utama bagi ekspresi diri, pembentukan opini, dan interaksi yang intens (Boyd & Ellison, 2007; Kaplan & Haenlein, 2010). Studi menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang ekstensif, terutama di kalangan remaja, dapat memengaruhi kognisi sosial dan pola perilaku, serta berkontribusi pada pembentukan identitas (Dean & Francis, 2023; Murthy, 2023).

Salah satu manifestasi paling signifikan dari revolusi digital ini adalah kebangkitan dan globalisasi fenomena fandom (budaya penggemar) yang semakin terorganisir dan berdaya. Di antara berbagai objek pemujaan, selebriti telah lama menduduki posisi sentral dalam budaya populer. Namun, pada dekade

terakhir, pergeseran paradigma telah terjadi dengan bangkitnya Korean Wave (Hallyu), sebuah gelombang budaya pop Korea Selatan yang berhasil menembus batas-batas linguistik dan geografis, memukau audiens di seluruh dunia (Jin, 2012). Industri K-Pop, khususnya, telah menjadi motor penggerak utama Hallyu, dengan strategi agensi yang inovatif dalam membangun citra idola, kualitas produksi musik dan penampilan visual yang memukau, serta kemampuan luar biasa untuk menciptakan kedekatan dan interaksi (seringkali parasosial) dengan penggemar (Kim & Ryoo, 2017; Lee & Nornes, 2015). Di Indonesia, popularitas K-Pop telah mencapai puncaknya. Data dari X Blog pada tahun 2021 menunjukkan bahwa Indonesia menduduki peringkat pertama dalam volume *tweet* yang membahas K-Pop (Kim, 2021), menandakan basis penggemar yang masif dan sangat loyal.

Komunitas penggemar K-Pop di Indonesia, seperti NCTzens (penggemar grup idola NCT), dikenal sangat aktif, terorganisir, dan terlibat dalam berbagai bentuk dukungan terhadap idola mereka. Ini mencakup *streaming* musik secara masif untuk mendukung tangga lagu, pembelian album dan *merchandise* dalam jumlah besar, hingga partisipasi dalam proyek-proyek *fanbase* seperti donasi atas nama idola atau kampanye media sosial (Desnika & Tambunan, 2023; Liu, 2022). Media sosial menjadi wadah utama bagi NCTzens untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan memperkuat identitas kolektif mereka. Interaksi ini tidak hanya terbatas pada konsumsi konten, tetapi juga mencakup keterlibatan dalam diskusi, *fan art*, dan bahkan *fan fiction*, yang memungkinkan penggemar mengekspresikan diri dan membangun rasa memiliki dalam komunitas (Modern Recovery Services, n.d.). Tingkat investasi emosional yang tinggi dan praktik budaya partisipatif dalam fandom K-Pop ini membentuk dinamika psikologis yang unik di antara para anggotanya, yang memerlukan kajian lebih lanjut untuk memahami potensi dampaknya.

Namun, di balik kegembiraan dan ikatan positif yang seringkali ditemukan dalam budaya penggemar, terdapat aspek psikologis yang memerlukan perhatian serius, yakni Celebrity Worship Syndrome (CWS). CWS didefinisikan sebagai

tingkat ketertarikan, kekaguman, atau pemujaan yang berlebihan dan abnormal terhadap seorang selebriti, yang melampaui batas-batas minat sosial yang wajar dan berpotensi menjadi obsesif-adiktif (McCutcheon, Ashe, Houran, & Maltby, 2002; Maltby, Day, & McCutcheon, 2004). Kondisi ini mengindikasikan adanya disfungsi atau maladaptasi psikologis yang mendasari perilaku pemujaan yang ekstrem, di mana keterlibatan individu dalam kehidupan idola dapat mengganggu fungsi kehidupan sehari-hari mereka. Studi menunjukkan bahwa CWS dapat berkorelasi dengan berbagai masalah kesehatan mental, termasuk gejala depresi dan kecemasan, serta rendahnya keterampilan kognitif dan sosial (Zsila & Demetrovics, 2021; Zsila et al., 2020).

Maltby, Day, dan McCutcheon (2005) mengklasifikasikan CWS ke dalam tiga dimensi atau tingkat keparahan, yang merefleksikan spektrum keterlibatan penggemar:

Entertainment-Social (Hiburan Sosial): Ini adalah dimensi paling ringan dari CWS, yang merefleksikan minat umum individu pada selebriti sebagai sumber hiburan dan topik diskusi sosial. Penggemar pada tingkat ini menikmati berita tentang idola, menonton penampilan mereka, atau berdiskusi dengan teman-teman tentang selebriti favorit. Keterlibatan ini bersifat rekreasi, seringkali didorong oleh ekstraversi, dan umumnya tidak mengganggu fungsi sehari-hari (Maltby, Houran, & McCutcheon, 2003). Dalam konteks NCTzens, hal ini bermanifestasi dalam kegiatan seperti mengikuti *update* media sosial NCT, menonton *variety show* mereka, atau berdiskusi di grup chat fandom untuk tujuan hiburan dan sosial yang sehat.

Intense-Personal (Perasaan Pribadi yang Intens): Pada dimensi ini, individu mulai mengembangkan perasaan yang lebih dalam dan seringkali obsesif terhadap selebriti. Mereka mungkin memiliki fantasi mendalam tentang hubungan pribadi dengan idola, merasa seolah-olah memiliki ikatan emosional yang kuat, atau bahkan menganggap selebriti tersebut sebagai "belahan jiwa" atau teman dekat. Ada identifikasi emosional yang signifikan, di mana

kebahagiaan atau kesedihan idola sangat memengaruhi suasana hati penggemar. Pemikiran tentang idola bisa menjadi konstan, mendominasi pikiran, dan mengarah pada perasaan seolah-olah idola tersebut adalah bagian integral dari kehidupan pribadi mereka. Dimensi ini dikaitkan dengan sifat kepribadian seperti neurotisisme dan seringkali menjadi prediktor kuat perilaku obsesif-adiktif (Maltby, Houran, & McCutcheon, 2003; Zsila & Demetrovics, 2020). Bagi NCTzens, ini bisa berarti menghabiskan waktu berjam-jam melihat foto atau video idola sambil berfantasi tentang interaksi, atau merasa sangat sedih ketika ada kabar negatif tentang *bias* (anggota favorit).

Borderline-Pathological (Sikap Rela Melakukan Apapun Demi Idola/Patologis): Ini merupakan dimensi CWS yang paling ekstrem dan berpotensi merugikan, ditandai dengan perilaku kompulsif dan tidak terkontrol yang secara signifikan mengganggu fungsi individu. Perilaku pada tingkat ini meliputi pengeluaran finansial yang tidak rasional untuk barang-barang terkait idola (album, *merchandise*, tiket konser *fan meeting*), mengabaikan tanggung jawab akademis, pekerjaan, atau sosial demi mengikuti jadwal idola, dan dalam kasus yang paling parah, bahkan dapat melibatkan pelanggaran privasi idola atau perilaku obsesif yang membahayakan diri sendiri atau orang lain (misalnya, menjadi *sasaeng fans*). Perilaku ini seringkali disertai dengan keyakinan delusi atau halusinasi tentang idola dan dikaitkan dengan sifat psikotisme dalam kepribadian (Maltby, Houran, & McCutcheon, 2003). Dalam komunitas NCTzens, ini mungkin terlihat dari individu yang menghabiskan seluruh uang saku untuk membeli album dalam jumlah besar demi *fansign*, membolos sekolah untuk mengikuti acara NCT, atau merasa hidupnya tidak berarti tanpa kehadiran idola.

Penelitian ini secara khusus berfokus pada dua konstruk psikologis utama yang secara empiris maupun teoretis dihipotesiskan memiliki peran signifikan dalam membentuk perilaku CWS: kesepian (*loneliness*) dan harga diri (*self-esteem*). Kesepian adalah pengalaman emosional subjektif yang tidak menyenangkan, yang timbul ketika ada ketidaksesuaian antara jumlah dan

kualitas hubungan sosial yang diinginkan individu dengan yang benar-benar mereka miliki (Peplau & Perlman, 1982). Penting untuk membedakan kesepian dari isolasi sosial; isolasi adalah kondisi objektif kurangnya kontak sosial, sementara kesepian adalah perasaan yang menyertai kondisi tersebut. Seseorang dapat berada di tengah keramaian namun tetap merasa kesepian. Robert Weiss (1973) secara fundamental membedakan dua jenis kesepian: kesepian emosional, yang timbul dari ketiadaan ikatan intim dan mendalam (misalnya, dengan pasangan atau teman dekat yang bisa dipercaya), dan kesepian sosial, yang muncul dari kurangnya jejaring sosial yang memadai atau rasa memiliki dalam sebuah kelompok.

Ketika individu mengalami kesepian, terutama kesepian emosional, mereka seringkali merasakan kekosongan atau kebutuhan afiliasi yang tidak terpenuhi (Russell, Peplau, & Cutrona, 1980). Dalam kondisi ini, selebriti atau idola K-Pop dapat menjadi figur pengganti yang "aman" untuk mengisi kekosongan tersebut. Konsep hubungan parasosial, yang diperkenalkan oleh Horton dan Wohl (1956), menjelaskan interaksi satu arah di mana penggemar mengembangkan ikatan emosional yang kuat dengan figur media, seolah-olah mereka memiliki hubungan nyata. Idola K-Pop, dengan citra yang disempurnakan dan interaksi yang dirancang untuk menciptakan kedekatan (melalui media sosial, *fan service*, dan konten di balik layar), dapat memberikan ilusi koneksi pribadi yang kuat tanpa risiko penolakan atau kerentanan yang melekat pada hubungan interpersonal nyata (McCutcheon, Maltby, & Houran, 2007).

Studi menunjukkan bahwa kesepian berkorelasi negatif dengan kesejahteraan psikologis, terutama pada penggemar K-Pop remaja (LNF & HSW, 2025). Wawancara dalam jurnal Prakoso (2017) mengenai fansclub Wannable di Bandung mengilustrasikan bagaimana pengalaman kekecewaan dalam hubungan romantis, perasaan tidak layak dicintai, atau kesulitan dalam membangun koneksi yang mendalam di dunia nyata, mendorong individu untuk mencari validasi dan keterikatan emosional melalui hubungan parasosial dengan idola. Idola kemudian menjadi sosok "ideal" yang aman untuk diinvestasikan

secara emosional, berfungsi sebagai mekanisme koping atau pelarian dari realitas kesepian yang dialami, yang pada gilirannya dapat mendorong perilaku CWS pada dimensi *intense-personal* dan bahkan *borderline-pathological*.

Selain kesepian, harga diri (self-esteem) juga merupakan faktor fundamental dalam psikologi individu yang sangat relevan dengan Celebrity Worship Syndrome. Harga diri mengacu pada evaluasi keseluruhan individu terhadap nilai dirinya sendiri; sebuah sikap positif atau negatif terhadap diri sendiri, yang mencakup keyakinan akan kemampuan, keberhargaan, dan penerimaan diri (Rosenberg, 1965). Harga diri bukanlah karakteristik statis, melainkan dinamis, yang dibentuk dan dipengaruhi oleh pengalaman hidup, interaksi sosial, dan persepsi akan pencapaian diri (Coopersmith, 1967). Individu dengan harga diri rendah seringkali memiliki pandangan negatif tentang diri mereka sendiri, merasa tidak kompeten, tidak layak dicintai, dan sangat rentan terhadap kritik atau penolakan dari lingkungan sekitar (Sitasari dkk., 2019; Vaughan & Hogg dalam Sarwono & Meinarno, 2011). Kondisi harga diri yang rapuh ini dapat memicu berbagai perilaku kompensasi dalam upaya untuk meningkatkan citra diri atau mengatasi perasaan tidak adekuat.

Dalam konteks celebrity worship, selebriti dapat berfungsi sebagai proyeksi dari ideal diri bagi individu dengan harga diri rendah (Cahyani & Purnamasari, 2019). Dengan mengidentifikasi diri secara kuat dengan idola yang sukses, populer, dan diidolakan secara luas, individu mungkin merasa bahwa sebagian dari "keagungan" atau "nilai" idola tersebut terpancar pada diri mereka. Fenomena ini dikenal sebagai "basking in reflected glory" (BIRG), di mana individu meningkatkan harga diri mereka dengan mengasosiasikan diri secara publik dengan prestasi atau popularitas kelompok atau individu lain yang sukses (Cialdini et al., 1976). Rasa "memiliki" idola atau menjadi bagian dari fandom yang besar dan kuat dapat memberikan rasa kebanggaan, validasi, dan afiliasi yang menopang harga diri yang rapuh (Ezani, 2019; Laffan, 2020). Bagi individu yang sulit mendapatkan penerimaan atau pengakuan di lingkungan sosial nyatanya, komunitas penggemar dapat menjadi tempat di mana mereka

merasa diterima dan dihargai karena minat yang sama terhadap idola (Kusuma & Yuliawati, 2013; Zahra & Wulandari, 2021). Oleh karena itu, perilaku celebrity worship dapat menjadi strategi untuk mengatasi perasaan tidak berharga dan mendapatkan validasi eksternal yang kurang terpenuhi dari interaksi sosial di dunia nyata, mendorong keterlibatan yang lebih dalam pada dimensi CWS. Penelitian terdahulu juga menunjukkan korelasi negatif antara harga diri dan CWS, di mana harga diri rendah cenderung berhubungan dengan tingkat CWS yang lebih tinggi, terutama pada dimensi *borderline-pathological* (Griffith et al., 2013).

Interaksi dinamis antara kesepian dan harga diri rendah dapat menciptakan kerentanan yang signifikan terhadap Celebrity Worship Syndrome, terutama dalam konteks komunitas NCTzens di Bekasi. Masa remaja, yang merupakan target populasi penelitian ini, adalah periode krusial dalam perkembangan psikologis. Ini adalah masa di mana individu aktif dalam pencarian identitas diri, peningkatan kebutuhan akan afiliasi dan penerimaan sosial, serta menghadapi tekanan teman sebaya yang intens (Erikson, 1968; Lumen Learning, n.d.). Dalam pencarian minat dan hobi, banyak remaja tertarik pada fenomena K-Pop dan menjadi bagian dari komunitas penggemar seperti NCTzens. Fandom ini menawarkan ruang bagi remaja untuk mengekspresikan kegemaran mereka dan menjalin hubungan sosial dengan individu yang memiliki minat serupa, bahkan dapat meningkatkan rasa terhubung secara sosial dan harga diri pada beberapa kasus (Blas & Erestain, 2020; Ezani, 2019; Laffan, 2020).

Namun, tidak jarang hobi dan antusiasme terhadap K-Pop ini disalahpahami atau bahkan diremehkan oleh lingkungan di luar fandom, termasuk keluarga atau teman non-penggemar. Pandangan negatif ini dapat menyebabkan remaja merasa terasingkan, tidak dimengerti, dan pada akhirnya, mengalami perasaan kesepian yang mendalam. Sebagai respons terhadap kesepian ini, remaja mungkin semakin jauh masuk ke dalam dunia fandom, menghabiskan lebih banyak waktu dan energi untuk mengikuti setiap aktivitas idola, dan mencari kepuasan emosional dari interaksi parasosial. Survei menunjukkan bahwa remaja

yang menghabiskan lebih dari 3 jam sehari di media sosial memiliki risiko dua kali lipat mengalami masalah kesehatan mental, termasuk gejala depresi dan kecemasan, yang dapat memperburuk rasa kesepian dan harga diri rendah (Murthy, 2023). Selain itu, remaja yang memiliki harga diri rendah, mungkin akibat dari pengalaman penolakan di sekolah atau perbandingan sosial yang intens di media sosial yang memengaruhi citra tubuh (Murthy, 2023; Psych Central, n.d.), akan sangat rentan terhadap godaan untuk mencari validasi dari luar. Identifikasi intens dengan idola NCT yang sukses dan dikagumi banyak orang dapat menjadi cara untuk mengkompensasi perasaan tidak berharga, memberikan mereka rasa memiliki dan kebanggaan yang mereka rindukan.

Sayangnya, keterlibatan yang awalnya bersifat hiburan ini dapat bergeser menjadi perilaku obsesif dan adiktif yang mencirikan *Celebrity Worship Syndrome* (Jayanti et al., 2023). Remaja yang memiliki tingkat kesepian yang tinggi atau harga diri yang rendah cenderung memiliki tingkat pengidolaan yang lebih intens, yang kemudian meningkatkan kemungkinan mereka untuk mengembangkan perilaku pemujaan yang berlebihan dan maladaptif. Lingkungan fandom, meskipun dapat memberikan dukungan sosial, terkadang juga dapat menjadi "ruang gema" yang memperkuat obsesi terhadap idola dan menghambat individu untuk mencari solusi atas masalah kesepian atau harga diri rendah di kehidupan nyata (Modern Recovery Services, n.d.).

Meskipun terdapat berbagai penelitian mengenai kesepian, harga diri, dan *Celebrity Worship Syndrome* secara terpisah maupun gabungan di berbagai konteks global, studi yang secara spesifik mengkaji hubungan ketiga variabel ini secara simultan dalam konteks komunitas penggemar K-Pop di Indonesia, khususnya NCTzens di wilayah Bekasi, masih sangat terbatas. Data demografi Kota Bekasi menunjukkan bahwa sebagian besar populasinya berada pada usia produktif, dengan persentase signifikan pada kelompok usia remaja dan dewasa muda (15-24 tahun), yang merupakan demografi utama penggemar K-Pop (Databoks - Katadata, 2024; BPS Kota Bekasi, 2024). Ini menjadikan Bekasi sebagai lokasi yang relevan dan strategis untuk penelitian ini, mengingat

aksesibilitas tinggi terhadap informasi dan komunitas online yang memfasilitasi pertumbuhan dan aktivitas fandom K-Pop.

Karakteristik unik dari komunitas NCTzens—dengan sistem unit yang beragam (NCT U, NCT 127, NCT Dream, WayV), yang memungkinkan penggemar untuk mengidolakan banyak anggota atau unit berbeda, interaksi media sosial yang sangat intensif melalui platform seperti Weverse, Lysn, dan Bubble, serta volume konten yang masif dan terus-menerus (Jayanti et al., 2023)—memperkuat potensi perkembangan CWS. Anggota NCTzens seringkali merasa memiliki ikatan yang dalam dengan banyak anggota grup, yang dapat memperumit dinamika CWS dan kebutuhan emosional yang mereka coba penuhi. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi krusial untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika psikologis di balik fenomena celebrity worship dalam konteks budaya penggemar K-Pop kontemporer. Dengan mengidentifikasi bagaimana kesepian dan harga diri memengaruhi kecenderungan individu untuk mengembangkan CWS, penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor risiko yang mungkin mendorong perilaku pengidolaan yang tidak sehat. Hasil penelitian ini tidak hanya akan memberikan kontribusi teoritis yang signifikan terhadap literatur psikologi sosial dan kepribadian, tetapi juga memiliki implikasi praktis yang penting bagi anggota komunitas NCTzens, orang tua, pendidik, dan penyedia layanan kesehatan mental dalam mendukung kesejahteraan psikologis remaja dan dewasa muda di era digital ini.

Sebagai bagian dari studi pendahuluan, peneliti telah melakukan wawancara dengan beberapa siswa dan teman sebaya di salah satu institusi di Bekasi yang memiliki komunitas penggemar K-Pop, khususnya NCTzens. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian siswa merasakan kesepian ketika minat mereka terhadap K-Pop tidak dipahami oleh lingkungan sekitar, sehingga fandom menjadi ruang aman untuk memperoleh penerimaan sosial. Selain itu, harga diri mereka sering kali bergantung pada keterlibatan dalam aktivitas fandom, seperti membeli album atau mengikuti konser, yang menimbulkan rasa bangga

sekaligus tekanan ketika tidak mampu berpartisipasi. fenomena ini berdampak pada aspek akademik dan psikologis, misalnya kelelahan akibat begadang untuk streaming atau rasa minder karena tidak bisa mengikuti kegiatan fandom. Sementara itu, teman sebaya melihat fandom memberi dukungan sosial, tetapi juga dapat membatasi interaksi di luar komunitas. Temuan awal ini memperkuat dugaan bahwa kesepian dan harga diri memiliki peran penting dalam memunculkan perilaku *Celebrity Worship Syndrome*, sehingga penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami dinamika psikologis yang terjadi pada komunitas NCTzens di Bekasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara kesepian (*loneliness*) dengan *Celebrity Worship Syndrome* pada penggemar K-pop?
2. Apakah terdapat hubungan antara harga diri dengan *Celebrity Worship Syndrome* pada penggemar K-pop?
3. Apakah kesepian dan harga diri secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Celebrity Worship Syndrome* pada penggemar K-pop?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah di atas, yaitu :

1. Mengetahui hubungan antara kesepian dengan *Celebrity Worship Syndrome* pada penggemar K-pop.
2. Mengetahui hubungan antara harga diri dengan *Celebrity Worship Syndrome* pada penggemar K-pop
3. Mengetahui pengaruh kesepian dan harga diri secara simultan terhadap *Celebrity Worship Syndrome* pada penggemar K-pop.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang psikologi perkembangan dan psikologi pendidikan. Hasil penelitian ini dapat memperkaya pemahaman mengenai pengaruh kesepian dan harga diri terhadap Celebrity Worship Syndrome di kalangan penggemar K-pop serta menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik mengkaji topik serupa.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memperluas wawasan dan pemahaman peneliti mengenai konsep kesepian, harga diri, dan Celebrity Worship Syndrome.

2) Bagi Anggota Komunitas penggemar K-pop

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran diri anggota komunitas terhadap tingkat kesepian dan harga diri mereka, sehingga dapat mengurangi kecenderungan perilaku Celebrity Worship Syndrome yang berlebihan.

3) Bagi komunitas penggemar K-pop

Penelitian ini dapat menjadi bahan acuan bagi pengelola atau sesama anggota komunitas untuk lebih memahami kondisi psikologis anggotanya serta merancang kegiatan atau intervensi yang membantu mengurangi perilaku Celebrity Worship Syndrome yang tidak sehat.