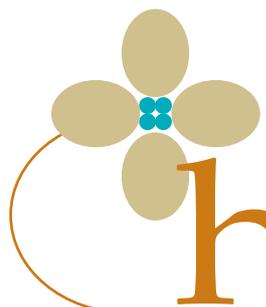


People. Innovation. Excellence.



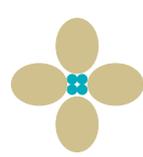
ISSN: 2087-1236

Volume 6 No. 1 Januari 2015



# humaniora

Language, People, Art, and Communication Studies



humaniora

Vol. 6

No. 1

Hlm.  
1-146

Jakarta  
Januari 2015

ISSN:  
2087-1236



# HUMANIORA

Language, People, Art, and Communication Studies

Vol. 6 No. 1 Januari 2015

<b>Pelindung</b>	Rector of BINUS University	
<b>Penanggung Jawab</b>	Vice Rector of Research and Technology Transfer	
<b>Ketua Penyunting</b>	Endang Ernawati	
<b>Penyunting Pelaksana Internal</b>		
	Akun Retnowati Agnes Herawati lenneke Indra Dewi Menik Winiharti Almodad Biduk Asmani Nalti Novianti Rosita Ningrum Elisa Carolina Marion Ratna Handayani Linda Unsriana Dewi Andriani Rudi Hartono Manurung Roberto Masami Andyni Khosasih	Dahana Sofi Sri Haryanti Sugiato Lim Xuc Lin Shidarta Besar Bambang Pratama Mita Purbasari Wahidiyat Lintang Widyokusumo Satrya Mahardhika Danendro Adi Tunjung Riyadi Budi Sriherlambang Yunida Sofiana
		Trisnawati Sunarti N Dila Hendrassukma Dominikus Tulasi Ulani Yunus Lidya Wati Evelina Aa Bambang Nursamsiah Asharini Rahmat Edi Irawan Muhammad Aras Frederikus Fios Yustinus Suhardi Ruman Tirta N. Mursitama Johannes Herlijanto Pingkan C. B. Rumondor Juneman
<b>Penyunting Pelaksana Eksternal</b>		
	Ganal Rudiyanto	Universitas Trisakti
<b>Editor/Setter</b>	I. Didimus Manulang Haryo Sutanto Holil Atmawati	
<b>Sekretariat</b>	Nandya Ayu Dina Nurfitri	
<b>Alamat Redaksi</b>	Research and Technology Transfer Office Universitas Bina Nusantara Kampus Anggrek, Jl. Kebon Jeruk Raya 27 Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11530 Telp. 021-5350660 ext. 1705/1708 Fax 021-5300244 Email: ernaw@binus.edu, nayu@binus.edu	
<b>Terbit &amp; ISSN</b>	Terbit 4 (empat) kali dalam setahun (Januari, April, Juli dan Oktober) ISSN: 2087-1236	

# HUMANIORA

Language, People, Art, and Communication Studies

Vol. 6 No. 1 Januari 2015

## DAFTAR ISI

<b>Erni Herawati</b> Etika dan Fungsi Media dalam Tayangan Televisi Studi pada Program Acara <i>Yuk Keep Smile</i> di Trans TV .....	1-10
<b>Rani Agias Fitri</b> Sumber dan Cara Mengatasi Rasa Bersalah pada Wanita Perokok yang Memiliki Anak Balita	11-20
<b>Annisa Kusuma Widjaja; Moondore Madalina Ali</b> Gambaran Celebrity Worship pada Dewasa Awal di Jakarta.....	21-28
<b>Wira Respati</b> Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih pada Pemilu 2014.....	29-38
<b>Don K. Marut; Geradi Yudhistira</b> Peran Masyarakat dalam Pencapaian Millenium Development Goals 2015 dan Tantangan Pasca 2015: Studi 8 Kabupaten Indonesia.....	39-50
<b>Timur Sri Astami</b> Strategi Permintaan dalam Bahasa Jepang.....	51-58
<b>Hendri Hartono; D. Nunnun Bonafix</b> Fenomena Aplikasi Pengolah Foto Digital pada Ponsel Pintar di Masyarakat Kota .....	59-66
<b>Andreas James Darmawan; Dyah Gayatri Putri</b> Analisis dan Strategi Komunikasi Perancangan Program Edutainment "Seri Aktivitas Alam: Gunung Meletus".....	67-76
<b>Bhernadetta Pravita Wahyuningtyas</b> Aroma sebagai Komunikasi Artifaktual Pencetus Emosi Cinta: Studi Olfactics pada Memory Recall Peristiwa Romantis.....	77-85
<b>Silverius CJM Lake</b> Alternatif Pengembangan Pendidikan Berdasarkan "Nilai" Kebutuhan Khusus.....	86-96
<b>Lidya Wati Evelina; Mia Angeline</b> Upaya Mengatasi GOLPUT pada Pemilu 2014.....	97-105
<b>Devi Kurniawati Homan</b> Garis dan Titik Berdasarkan Riset Visual.....	106-112
<b>Puspita Putri Nugroho; Vera Jenny Basiroen</b> Alternative Design for Visual Identity of Yayasan Batik Indonesia.....	113-122
<b>Andy Gunardi</b> Mistisisme Baru: Teilhard De Chardin.....	123-134
<b>Dewi Nurhasanah</b> Strukturalisme Genetik Lucien Goldmann dalam Novel <i>Orang-orang Proyek</i> Karya Ahmad Tohari	135-146

# **GAMBARAN CELEBRITY WORSHIP PADA DEWASA AWAL DI JAKARTA**

**Annisa Kusuma Widjaja; Moondore Madalina Ali**

Psychology Department, Faculty of Humanities, BINUS University  
Jln. Kemanggisian Ilir III, No. 45, Kemanggisian – Palmerah, Jakarta Barat 11480  
mali@binus.edu

## **ABSTRACT**

*The intensity of celebrity worship is increasingly occurring in Indonesia. Celebrity worship is any form of behavior or feelings that arise from inner to worship an idol figure as a gratification, entertainment, or to fill in the emptiness. Celebrity worship is divided into entertainment social, intense personal, and borderline pathological. Celebrity worship can be done by anyone and its intensity decreases with age. However, some media reports that celebrity worship is found in early adulthood. Thus the purpose of this study was to describe behavior of celebrity worship in early adulthood aged 20-30-year-old in Jakarta. The research design is quantitative descriptive method. Subjects in this study amounted to 250 people who live in Jakarta. It is found that 34% (85 people) into the Entertainment Social levels, 34.8% (87 people) into the level Intense Personal, and 31.2% (78 people) into the Borderline Pathological levels. It shows that celebrity worships still exist in early adulthood in Jakarta.*

**Keywords:** *celebrity worship, young adult, Indonesia, Jakarta*

## **ABSTRAK**

*Intensitas pemujaan idola makin marak terjadi di Indonesia. Pemujaan idola adalah segala bentuk perilaku atau perasaan yang timbul dari dalam diri untuk memuja sosok idola sebagai suatu pemuasan, hiburan, ataupun mengisi kekosongan. Pemujaan idola dibagi menjadi entertainment social, intense personal, dan borderline pathological. Pemujaan idola dapat dilakukan oleh siapa saja dan intensitas pemujaan idola menurun dengan bertambahnya umur. Namun berdasarkan beberapa laporan media massa ditemukan bahwa perilaku pemujaan idola ini tampak ditemukan pada dewasa awal. Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah untuk melihat gambaran perilaku pemujaan idola pada dewasa awal yang berumur 20-30 tahun di Jakarta. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 250 orang yang berdomisili di daerah Jakarta. Penelitian ini menemukan bahwa dari 34% (85 orang) masuk level Entertainment Social, 34.8% (87 orang) masuk level Intense Personal, dan 31.2% (78 orang) masuk level Borderline Pathological. Ini menunjukkan bahwa dewasa awal di Jakarta masih melakukan pemujaan idola.*

**Kata kunci:** *celebrity worship, dewasa awal, Indonesia, Jakarta*

## PENDAHULUAN

Belakangan ini sering terlihat fenomena pengidolaan di Jakarta. Salah satu contoh dari pengidolaan adalah fans dari JKT48 yang memiliki sebutan “*wota*”. Sebagian besar dari mereka selalu aktif mencari berita maupun informasi mengenai kehidupan sehari-hari dari idolanya yaitu anggota dari JKT48 melalui beberapa aplikasi media sosial. Beberapa fans tidak hanya aktif dalam mencari informasi, mereka juga mengomentari fans lain yang memberikan respons negatif terhadap idolanya di media sosial. Komentar dari fans tersebut beragam, namun ada beberapa komentar yang memojokkan fans lain yaitu berupa ancaman. Bahkan ada fans yang juga mengancam anggota JKT48 yang merupakan idolanya sendiri karena idolanya berfoto dengan orang lain yang bukan merupakan anggota JKT48 ataupun membalas komentar dari fans lain di media sosial. Kecemburuan yang dirasakan beberapa fans tersebut membuat *official team* dari JKT48 membuat suatu peraturan, bahwa anggota JKT48 tidak diperbolehkan membalas komentar dari fans di media sosial (Aziz,2013).

Fenomena yang dijabarkan sebelumnya menurut Raviv (dalam Darfiyanti & Putra, 2012) disebut dengan *worship*, yang merupakan bentuk kekaguman dengan intensitas yang tidak biasa terhadap sosok idola. Menurut Driscoll (2009) idola adalah seseorang atau sesuatu yang menempati tempat Tuhan dalam hidup seseorang, sebab seorang idola memberi identitas, makna, nilai, tujuan, cinta, dan keamanan. Sedangkan menurut Brockes (2010), idola (*Celebrity*) adalah individu yang memiliki profil yang menonjol, daya tarik dan pengaruh dalam sehari-hari media. Istilah ini identik dengan kekayaan (umumnya dilambangkan sebagai orang dengan ketenaran dan kekayaan), tersirat dengan daya tarik populer besar menonjol dalam bidang tertentu, dan dapat dengan mudah dikenali oleh masyarakat umum. Berbagai karir dalam bidang olahraga dan hiburan sering dikaitkan dengan status *celebrity*.

Raviv (dalam Darfiyanti & Putra, 2012) menyebutkan bahwa makin tinggi tingkat pengidolaan/*worship* seseorang, maka makin tinggi juga tingkat keterlibatan dengan sosok yang diidolakan (*celebrity involvement*). Menurut tingkatan ini, makin seseorang memuja atau terlibat dengan sosok selebriti tertentu, maka makin besar pula keintiman (*intimacy*) yang diimajinasikan terhadap sosok *celebrity* yang diidolakan. Dari bentuk kekaguman tersebut, terbentuklah perilaku memuja selebriti tertentu yang disebut dengan *celebrity worship*. *Celebrity worship* menurut Maltby et al., (2006) adalah identitas struktur yang terdapat di dalam diri individu yang membantu penyerapan psikologis terhadap *celebrity* idola dalam upaya untuk membangun sebuah identitas diri dan rasa pemenuhan dalam diri individu tersebut. McCutcheon et al., (dalam Sheridan et al., 2007) berspekulasi bahwa sifat yang dimiliki *celebrity worshipper* (fans) mirip dengan sifat kecanduan. Makin tinggi kecanduan terhadap *celebrity* idolanya, maka makin tinggi pula tingkat keterlibatannya dengan sosok idola tersebut (*celebrity involvement*). Dijelaskan oleh Darfiyanti dan Putra (2012) bahwa bila intensitas keterlibatan dengan *celebrity* meningkat, fans akan menganggap bahwa *celebrity* idolanya adalah orang yang dekat dan fans akan terus mengembangkan hubungan parasosial. Hubungan parasosial adalah hubungan yang diimajinasikan antara fans dengan sosok yang diidolakan yang bersifat satu arah, dari fans kepada idola (*celebrity*).

Menurut Maltby et al, (2006) *celebrity worship* dibagi menjadi tiga aspek yang bisa digambarkan sebagai tingkatan yaitu *Entertainment-social*, *Intense-personal*, dan *Borderline-pathological*. *Entertainment-social* merupakan aspek yang digambarkan dengan motivasi yang mendasari pencarian aktif fans terhadap *celebrity*. Keterlibatan fans dengan *celebrity* idola yang bertujuan untuk hiburan atau menghabiskan waktu, yang didasari oleh ketertarikan fans terhadap bakat, sikap, perilaku, dan hal yang telah dilakukan oleh *celebrity* tersebut. Contohnya fans mengidolakan seorang penyanyi karena memiliki suara yang indah ataupun seorang pemain sepak bola yang memiliki bakat dalam bermain sepak bola dan sebagainya. Biasanya kegiatan pencarian aktif fans dilakukan dengan penggunaan media sebagai sarana untuk mencari informasi mengenai *celebrity*

idola. Pada aspek ini fans juga merasa bahwa penting atau senang membicarakan *celebrity* idolanya dengan orang banyak dan juga senang membicarakan dengan fans lain yang juga mengidolakan *celebrity* yang sama. Umumnya, alasan individu mencari informasi mengenai *celebrity* idolanya adalah untuk menyesuaikan diri terhadap norma sosial dan lari dari realitas (*fancasy-escape from reality*).

*Intense-personal* merupakan aspek yang menggambarkan perasaan yang intensif dan kompulsif terhadap *celebrity*, dan hampir mendekati perasaan obsesif fans terhadap *celebrity* idolanya. Fans memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun tentang *celebrity* idolanya, mulai dari berita terbaru hingga informasi mengenai pribadi *celebrity*. Rasa empati yang tinggi yang dirasakan fans terhadap idolanya membuat fans merasa memiliki ikatan khusus dengan *celebrity* idolanya bahkan ikut merasakan apa yang terjadi dengan *celebrity* tersebut. Contohnya fans merasa sedih jika *celebrity* idolanya mengalami kegagalan dan fans sangat peduli terhadap apa pun yang terjadi pada idolanya.

*Borderline-pathological* merupakan tingkatan paling tinggi atau mendalam dari hubungan keterlibatan fans dengan *celebrity*. Hal ini digambarkan dalam sikap seperti kesediaan untuk melakukan apa pun demi *celebrity* tersebut meskipun hal tersebut melanggar hukum; fans mulai berfantasi dan berkhayal memiliki kedekatan khusus dengan *celebrity* idolanya; fans memiliki keyakinan idolanya akan menolong saat fans tersebut membutuhkan bantuan. Fans yang seperti ini tampak memiliki pemikiran yang tidak terkontrol dan menjadi irasional. Tingkat tersebut menunjukkan bahwa makin seseorang memuja dan terlibat dengan sosok *celebrity* tertentu, maka hubungan parasosial yang terjalin akan makin kuat.

*Celebrity Worship* memiliki dampak positif dan berdampak negatif. Dampak positif dari *celebrity worship* ditemukan oleh Boon dan Lomore (dalam Sheridan, et al., 2007) melalui sebuah survei kepada 75 mahasiswa. Dalam penelitiannya ditemukan bahwa 58.7% dari mahasiswa tersebut percaya bahwa *celebrity* idola mereka telah memengaruhi sikap dan keyakinan mereka atau telah mengilhami mereka untuk mengejar kegiatan tertentu. Dampak negatif dari *celebrity worship* dijelaskan oleh Cheung dan Yue (dalam Sheridan, et al., 2007) yang mewawancarai 833 partisipan di Cina, yang memuja *celebrity* (terutama idola pop musik dan atlet), menemukan bahwa *celebrity worship* diperkirakan membuat kinerja kerja maupun kinerja belajar yang rendah, memiliki *self-esteem* yang cenderung rendah dan kesulitan dalam menemukan identitas diri. Sheridan, et al. (2007) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa *celebrity worship* memiliki elemen adiktif dan bahwa *celebrity worship* memiliki hubungan dengan kriminalitas.

*Celebrity worship* dapat terjadi tidak terbatas pada kalangan remaja saja, namun dapat juga ditemukan dari latar belakang maupun generasi yang berbeda-beda. Menurut Raviv yang juga diperkuat oleh McCutcheon (dalam Darfiyanti & Putra, 2012) intensitas pengidolaan makin menurun seiring dengan bertambahnya usia. Akan tetapi, fakta yang terkumpul dari berbagai laporan media massa menunjukkan bahwa perilaku pengidolaan, yang terdiri dari *modeling* dan pemujaan, masih muncul pada dewasa awal (Darfiyanti & Putra, 2012). Individu dewasa awal adalah individu yang telah menyelesaikan pertumbuhannya dan siap menerima kedudukan dalam masyarakat bersama dengan orang dewasa lainnya (Hurlock, 2004). Vaillant (dalam Papalia, Old, & Feldman, 2008) mengatakan bahwa masa dewasa awal adalah masa adaptasi kehidupan individu dewasa awal berusia sekitar 20 hingga 30 tahun. Masa dewasa awal merupakan masa adaptasi dengan kehidupan, yaitu individu mulai membangun apa yang ada pada dirinya, mencapai kemandirian, menikah, mempunyai anak, dan membangun persahabatan yang erat. Hurlock (2004) juga menyatakan bahwa masa dewasa awal merupakan saat fisik dan psikologis berkembang secara matang hingga mulai berkurangnya kemampuan reproduktif. Ia juga mengatakan bahwa masa dewasa awal merupakan periode penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan baru dan harapan-harapan sosial baru. Individu dewasa awal diharapkan memainkan peranan baru seperti peran suami atau istri, orangtua dan pencari nafkah dan mengembangkan sikap-sikap baru, keinginan-keinginan dan nilai-nilai baru sesuai dengan tugas baru ini.

Belum banyaknya ditemukan tinjauan pustaka yang membahas mengenai perilaku *celebrity worship* di Jakarta, dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan dapat memberikan deskripsi mengenai *celebrity worship* pada dewasa awal di Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian *baseline* yang bermanfaat untuk meneliti perilaku *celebrity worship* pada dewasa awal lebih lanjut.

## METODE

Desain penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode deskriptif. Dalam penentuan sampel, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik *non probability sampling*, dengan tipe *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Peneliti menggunakan *purposive sampling*, yaitu menentukan sampel berdasarkan individu yang sesuai dengan kriteria sampel yang telah ditentukan peneliti (Sugiyono, 2009). Adapun yang menjadi karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah jenis kelamin laki-laki atau perempuan, berusia dewasa awal (20-30 tahun), memiliki *celebrity* yang diidolakan, dan berdomisili di Jakarta. Untuk mengukur reliabilitas dan validitas dari alat ukur tersebut, peneliti melakukan uji coba alat ukur dengan menyebarkan kuesioner kepada 35 responden yang berumur 20-30 tahun, berdomisili di daerah Jakarta, dan memiliki *celebrity* yang diidolakan.

Alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah alat ukur *celebrity worship* oleh Maltby et al (2006) yang terdiri dari tiga dimensi atau tingkatan yang disebut dengan *celebrity attitude scale* (CAS) oleh Maltby et al., (2006). Alat ukur ini diadaptasi untuk mengukur *celebrity worship* di dalam penelitian ini, berjumlah 26 item, yang terbagi dalam tiga aspek yaitu yaitu *Entertainment-Social* (13 item), *Intense-Personal* (7 item), *Borderline-Pathological* (6 item), dan terdapat *filler item* (8 item) yang bertujuan untuk mengaburkan tujuan yang sebenarnya dari kuesioner penelitian. Aspek dalam *celebrity worship* dapat digambarkan sebagai tingkatan, maka alat ukur *celebrity attitude scale* diukur dengan melihat total skor setiap aspek yang ada dalam *celebrity worship*. *Celebrity attitude scale* menggunakan Skala Likert dari 1 (sangat tidak sesuai) sampai 5 (sangat sesuai). Nilai *Alpha Cronbach* pada alat ukur *celebrity attitude scale* (CAS), pada dimensi *entertainment social* sebelum dilakukan penghapusan item yang tidak valid adalah 0,854 dengan jumlah item  $N = 13$ . Setelah penghapusan item, nilai *Alpha Cronbach* pada dimensi *entertainment social* adalah 0,868 dengan jumlah item  $N = 12$ . Pada dimensi *intense personal* sebelum dilakukan penghapusan item nilai *Alpha Cronbach* nya adalah 0,793 dengan jumlah item  $N = 7$ . Setelah penghapusan item, nilai *Alpha Cronbach* pada dimensi *intense personal* adalah 0,827 dengan jumlah item  $N = 6$ . Pada dimensi *Borderline-Pathological* sebelum dilakukan penghapusan item nilai *Alpha Cronbach* nya adalah 0,766 dengan jumlah item  $N = 5$ . Setelah penghapusan item, nilai *Alpha Cronbach* pada dimensi *Borderline-Pathological* adalah 0,810 dengan jumlah item  $N = 5$ . Dalam menentukan kategori responden yang terbagi dalam tiga aspek *celebrity worship* yaitu *entertainment social*, *intense personal*, dan *borderline pathological*, peneliti menentukan dengan melihat skor total pada setiap aspek yang terdapat dalam alat ukur *celebrity attitude scale* menggunakan rumus *z-score* pada excel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Profil responden bertujuan untuk mengetahui karakteristik-karakteristik dari sampel yang terpilih menjadi responden. Dalam penelitian ini profil responden dibedakan berdasarkan jenis kelamin dan umur.

### Profil Responden

Berikut adalah profil responden berdasarkan jenis kelamin dan umur.

Tabel 1 Gambaran Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent
<b>laki-laki</b>	126	50.4 %
<b>Perempuan</b>	124	49.6 %
Total	250	100.0 %

Dari tabel 1 terlihat bahwa persentase responden laki-laki sebesar 50.4 % dengan total partisipan berjumlah 126 partisipan, sedangkan persentase responden perempuan sebesar 49.6 % dengan total partisipan berjumlah 124 partisipan.

### Umur

Tabel 2 Gambaran Umur Responden

	Frequency	Percent
<b>20 – 23</b>	104	41.6 %
<b>24 – 27</b>	105	42.0 %
<b>28 – 30</b>	41	16.4
Total	250	100.0 %

Tabel 2 menunjukkan penyebaran umur partisipan. Persentase partisipan berumur 20-23 sebesar 41.6 % dengan total partisipan berjumlah 104 partisipan, persentase partisipan berumur 24-27 sebesar 42.0% dengan total partisipan berjumlah 105 partisipan, dan persentase partisipan berumur 28-30 sebesar 16.4% dengan total partisipan berjumlah 41 partisipan.

### Gambaran Penyebaran Responden pada Dimensi *Celebrity Worship*

Berikut ini merupakan hasil penyebaran dari seluruh responden yang terbagi pada dimensi *celebrity worship*.

Tabel 3 Penyebaran Responden pada Dimensi *Celebrity Worship*

	Frequency	Percent
<b>Entertainment Social</b>	85	34.0 %
<b>Intense Personal</b>	87	34.8 %
<b>Borderline Pathological</b>	78	31.2 %
<b>Total</b>	250	100.0 %

Pada tabel 3 penyebaran partisipan yang terbagi pada dimensi *celebrity worship* menunjukkan dari 250 partisipan. Persentase pada dimensi *entertainment social* sebesar 34.0% dengan total partisipan berjumlah 85 partisipan. Persentase pada dimensi *intense personal* sebesar 34.8% dengan total partisipan berjumlah 87 partisipan. Persentase pada dimensi *borderline pathological* sebesar 31.2% dengan total partisipan berjumlah 78 partisipan.

### Gambaran Penyebaran Jenis Kelamin Responden Dalam *Celebrity Worship*

Berikut ini merupakan hasil penyebaran dari jenis kelamin responden yang terbagi pada dimensi *celebrity worship*.

Tabel 4 Penyebaran Jenis Kelamin pada dimensi *Celebrity Worship*

	Entertainment		Intense		Borderline	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent	Frequency	Percent
Laki-laki	46	54.1 %	45	51.7 %	35	44.9 %
Perempuan	39	45.9 %	42	48.3 %	43	55.1 %
<b>Total</b>	85	100.0%	87	100.0%	78	100.0%

Tabel 4 memaparkan hasil penyebaran dan persentase dari responden berdasarkan jenis kelamin yang dibagi menurut dimensi dari *celebrity worship*. Pada dimensi *entertainment social* terlihat bahwa persentase responden laki-laki sebesar 54.1% dengan total partisipan berjumlah 46 partisipan, sedangkan persentase responden perempuan sebesar 45.9% dengan total partisipan berjumlah 39 partisipan. Pada dimensi *intense personal* persentase responden laki-laki sebesar 51.7% dengan total partisipan berjumlah 45 partisipan, sedangkan persentase responden perempuan sebesar 48.3% dengan total partisipan berjumlah 42 partisipan. Pada dimensi *borderline pathological* terlihat bahwa persentase responden laki-laki sebesar 44.9% dengan total partisipan berjumlah 35 partisipan, sedangkan persentase responden perempuan sebesar 55.1% dengan total partisipan berjumlah 43 partisipan.

### Gambaran Penyebaran Umur Responden Dalam *Celebrity Worship*

Berikut ini merupakan hasil penyebaran dari umur responden yang terbagi pada dimensi *celebrity worship*.

Tabel 5 Penyebaran Umur pada Dimensi *Celebrity Worship*

	Entertainment		Intense		Borderline	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent	Frequency	Percent
20-23	37	43,5 %	37	42,5 %	31	39,7 %
24 – 27	35	41,2 %	38	43,7 %	32	41,0 %
28 – 30	13	15,3 %	12	13,8 %	15	19,2 %
<b>Total</b>	85	100.0%	87	100.0%	78	100.0%

Tabel 5 memaparkan hasil penyebaran dan persentase dari responden berdasarkan umur yang dibagi menurut dimensi dari *celebrity worship*. Pada dimensi *entertainment social* terlihat bahwa persentase responden berumur 20-23 tahun sebesar 43.5% dengan total partisipan berjumlah 37 partisipan, persentase responden berumur 24-27 tahun sebesar 41.2% dengan total partisipan berjumlah 35 partisipan dan persentase responden berumur 28-30 tahun sebesar 15.3% dengan total partisipan berjumlah 13 partisipan.

Pada dimensi *intense personal* terlihat bahwa persentase responden berumur 20-23 tahun sebesar 42.5 % dengan total partisipan berjumlah 37 partisipan, persentase responden berumur 24-27 tahun sebesar 43.7% dengan total partisipan berjumlah 38 partisipan dan persentase responden berumur 28-30 tahun sebesar 13.8% dengan total partisipan berjumlah 12 partisipan.

Pada dimensi *borderline pathological* persentase responden berumur 20-23 tahun sebesar 39.7% dengan total partisipan berjumlah 31 partisipan, persentase responden berumur 24-27 tahun sebesar 41.0% dengan total partisipan berjumlah 32 partisipan dan persentase responden berumur 28-30 tahun sebesar 19.2% dengan total partisipan berjumlah 15 partisipan.

## **Pembahasan**

Tujuan dari penelitian adalah untuk menggambarkan *celebrity worship* pada dewasa awal di Jakarta. Penelitian ini ditinjau dari profil responden berdasarkan jenis kelamin dan umur. Penelitian ini menemukan bahwa penyebaran jenis kelamin perempuan dan laki-laki hampir seimbang namun jumlah partisipan laki-laki lebih banyak dibanding dengan jumlah partisipan perempuan dengan penyebaran umur responden hampir seimbang. Jumlah partisipan yang berumur 24-27 lebih banyak dibandingkan partisipan berumur 20-23 dan partisipan berumur 28-30.

Dari dewasa awal yang berpartisipasi dalam penelitian, ditemukan bahwa mereka kebanyakan berada di level *intense personal* yang dikemudian diikuti dengan *entertainment social* dan *borderline pathological*. Pada dimensi *entertainment social* partisipan laki-laki lebih banyak dibandingkan partisipan perempuan. Pada dimensi *intense personal* partisipan laki-laki lebih banyak dibandingkan partisipan perempuan. Pada dimensi *borderline pathological* partisipan laki-laki lebih sedikit dibandingkan partisipan perempuan.

Pada dimensi *entertainment social* jumlah partisipan berumur 20-23 tahun lebih banyak dibandingkan dengan umur lainnya. Pada dimensi *intense personal* terlihat bahwa jumlah partisipan berumur 24-27 tahun lebih banyak dibandingkan partisipan dengan umur lainnya. Pada dimensi *borderline pathological* jumlah partisipan berumur 24-27 tahun lebih banyak dibandingkan jumlah partisipan dengan umur lainnya.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini menggambarkan *celebrity worship* pada dewasa awal di Jakarta dengan memaparkan *celebrity worship* berdasarkan profil responden (jenis kelamin dan umur). Penelitian ini menemukan hampir 2/3 (165 partisipan) dari total 250 dewasa awal di Jakarta yang berpartisipasi dalam penelitian ini berada di tingkat *intense personal* dan *pathological borderline* sedangkan 1/3 (85 partisipan) berada di tingkat *entertainment sosial*. Sebagian besar sampel dalam penelitian mempunyai perasaan intensif dan kompulsif terhadap *celebrity*, dan perasaan obsesif fans terhadap *celebrity* idolanya. Hanya sebagian kecil berperilaku untuk hiburan atau menghabiskan waktu. Perilaku pemujaan seharusnya menurun ketika mereka masuk ke dalam masa dewasa awal namun tidak demikian dalam penelitian. Menurut tahap perkembangan seorang individu dewasa awal diharapkan untuk memikirkan peranan baru seperti peran suami atau istri, orangtua dan pencari nafkah dan

mengembangkan sikap-sikap baru, keinginan-keinginan dan nilai-nilai baru sesuai dengan tugas baru ini. Mereka juga diharapkan sudah memikirkan masa depannya dan tidak bertindak hanya dengan memenuhi kepuasan saja.

Saran untuk penelitian selanjutnya berdasarkan hasil penelitian ini adalah peneliti selanjutnya dapat meneliti *celebrity worship* dengan metode yang lebih kompleks. Peneliti selanjutnya juga dapat menambah jumlah subjek penelitian yang lebih luas tidak hanya di daerah Jakarta, dengan menambahkan sampel dari daerah lain sehingga mendapatkan populasi yang lebih banyak. Kemudian peneliti selanjutnya dalam mengadaptasi alat ukur *celebrity attitude scale* dapat mengembangkan alat ukur tersebut. Pengembangan alat ukur tersebut dapat berupa penambahan jumlah item pada dimensi *intense personal* dan *borderline pathological*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, F. (2013, 6 Agustus). *JKT48: Fans dan Fenomenanya di Indonesia*. Diakses 1 September 2014 dari <http://hiburan.kompasiana.com/musik/2013/08/06/jkt48-fans-dan-fenomenanya-di-indonesia-579488.html>
- Brookes, E. (2010, 17 Apr). *I Want to be Famous*. Diakses 3 Maret 2014 dari <http://www.theguardian.com/lifeandstyle/2010/apr/17/i-want-to-be-famous>
- Darfiyanti, D., & Putra, M. G. B. A. (2012). Pemujaan terhadap idola pop sebagai dasar intimate relationship pada dewasa awal: Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*, 1(2).
- Driscoll, M. (2009, 5 Okt). *Celebrity Culture and Worshipping False Idols*. Diakses 6 Maret 2014 dari <http://abcnews.go.com/Nightline/10Commandments/ten-commandments-pastor-preaches-worship-modern-day-idols/story?id=8712532>
- Hurlock, B. E. (2004). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Maltby, J., McCutcheon, L. E., & Lowinger, R. J. (2011). Brief report: Celebrity worshipers and the five-factor model of personality. *North American Journal of Psychology*, 13(2), 343–348.
- 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(2), 273–283.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L.E., Gillett, R., Houran, J., & Ashe, D. (2004). Personality and coping: A context for examining celebrity worship and mental health. *British Journal of Psychology*, 95, 411–428.
- Papalia, D.E., Old, S.W., & Feldman, R. D. (2008). *Human Development* (terjemahan). Jakarta: Kencana.
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Celebrity worship, addiction and criminality. *Psychology, Crime & Law*, 13(6), 559–571.
- Sugiyono. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.