

Dampak *Celebrity Worship* K-Pop terhadap Kesejahteraan Psikologis Remaja Perempuan di Komunitas Engene Medan

Salsabilah Syifa Siregar^{1*}, Hairani Siregar²

¹⁻²Departemen Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Indonesia

*Penulis Korespondensi: salsasrgg@gmail.com¹

Abstract. This study aims to examine the impact of K-Pop celebrity worship on the psychological well-being of female adolescents in the Engene Medan Community. This quantitative research involved 60 respondents who are members of the community. Data were collected using a questionnaire and analyzed with SPSS 30 through validity and reliability tests, simple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The findings indicate that celebrity worship has a positive and significant effect on psychological well-being. The t-test produced a t-value (4.114) greater than the t-table (2.001) with a significance level of $0.001 < 0.05$, while the F-test showed an F-value (16.921) exceeding the F-table (4.01) with the same significance level. The coefficient of determination (R^2) of 0.226 shows that celebrity worship accounts for 22.6% of the variance in psychological well-being, while the remaining 77.4% is influenced by other factors not addressed in this study. This research concludes that involvement in celebrity worship activities, particularly at the entertainment-social level, can enhance positive feelings about oneself and improve overall psychological well-being. These findings reinforce the understanding that idolizing celebrities, as long as it remains within reasonable limits, can have a constructive impact on female adolescents.

Keywords: Celebrity worship; Engene Medan Community; Female Adolescents; K-Pop; Psychological Well-Being

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity worship* K-Pop terhadap kesejahteraan psikologis remaja perempuan yang tergabung dalam Komunitas Engene Medan. Studi kuantitatif ini melibatkan 60 responden yang merupakan anggota komunitas tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan SPSS 30 dengan serangkaian uji, meliputi validitas, reliabilitas, regresi linier sederhana, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity worship* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kesejahteraan psikologis. Uji t menghasilkan nilai t-hitung (4,114) lebih besar daripada t-tabel (2,001) dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, sedangkan uji F menunjukkan F-hitung (16,921) yang melebihi F-tabel (4,01) pada signifikansi 0,001. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,226 menunjukkan bahwa *celebrity worship* menyumbang 22,6% terhadap variasi kesejahteraan psikologis, sementara 77,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Kesimpulan penelitian ini menyatakan bahwa keterlibatan dalam aktivitas *celebrity worship*, khususnya pada dimensi *entertainment-social*, dapat memperkuat perasaan positif terhadap diri sendiri dan meningkatkan kesejahteraan psikologis secara keseluruhan. Temuan ini menegaskan bahwa pengidolaan selebriti, selama berada dalam batas yang wajar, dapat memberikan dampak konstruktif bagi remaja perempuan.

Kata kunci: Celebrity worship; Kesejahteraan Psikologis; Komunitas Engene Medan; K-Pop; Remaja Perempuan

1. LATAR BELAKANG

Gelombang Korea atau *Korean Wave* muncul salah satunya karena pengaruh globalisasi. Proses globalisasi mempermudah masyarakat mengakses berbagai informasi melalui keterhubungan di bidang ekonomi, budaya, politik, sosial, dan teknologi (Hamilton, 2009). Salah satu bentuk budaya yang berkembang pesat adalah musik Korean Pop (K-Pop). K-Pop tidak hanya dimaknai sebagai musik populer asal Korea, tetapi juga sebagai “*idol music*” — sub-genre yang berkaitan erat dengan industri hiburan remaja dan pertelevisian (Shin

& Ubonrat, 2007). Keunikan K-Pop terletak pada kombinasi musik yang atraktif, visual penuh warna, serta penampilan artis yang berbakat dan memikat. Fenomena ini mendorong penggemar untuk meniru budaya idolanya, membeli berbagai merchandise, dan terkadang menunjukkan perilaku pengidolaan berlebihan (Hollows, 2000).

Di Indonesia, tren ini berkembang pesat di kalangan remaja. Berdasarkan data Luminate Data, Indonesia menempati urutan ketiga jumlah streaming grup idola Korea terbanyak di dunia, mencapai 7,4 miliar kali, bahkan melampaui Korea Selatan yang berada di peringkat keempat (Prasastisiwi, 2024). Perkembangan K-Pop memicu terbentuknya banyak komunitas penggemar. Secara umum, penggemar adalah individu yang memiliki ketertarikan atau antusiasme terhadap suatu objek tertentu (Wardani & Kusuma, 2021). Penggemar biasanya tergabung dalam fandom, yaitu subkultur yang merepresentasikan aktivitas dan minat terhadap idola. Apabila ketertarikan ini meningkat hingga menimbulkan keterikatan emosional berlebihan dan obsesi, kondisi tersebut disebut sebagai *celebrity worship* (McCutcheon et al., 2002).

Celebrity worship merupakan bentuk interaksi parasosial, di mana seseorang mengembangkan ketertarikan terhadap selebriti, baik dalam batas sehat maupun tidak sehat (Maltby et al., 2003). Terdapat tiga tingkatan *celebrity worship*: entertainment-social (kategori rendah), ketika selebriti menjadi sumber hiburan dan sarana interaksi sosial; intense-personal (kategori sedang), ketika penggemar mulai terlibat secara emosional dan menunjukkan kecenderungan obsesif; serta borderline-pathological (kategori tinggi), ketika penggemar memiliki fantasi berlebihan dan perilaku yang sulit dikendalikan (Maltby et al., 2005).

Penggemar K-Pop menunjukkan perilaku seperti membentuk komunitas, menghadiri konser, melakukan dance cover, membeli produk yang dipromosikan idola (Driana & Indrawati, 2021), dan terus-menerus mengakses informasi terbaru, yang dapat berujung pada adiksi internet (Cahyani et al., 2022). Mereka juga kerap terlibat dalam *fan war* untuk membela idola. Meski demikian, *celebrity worship* tidak selalu berdampak negatif. Beberapa penelitian menemukan manfaat seperti memperluas jejaring sosial, menjadi strategi mengatasi stres (Maltby et al., 2001 dalam Oktavinita & Ambarwati, 2022), serta meningkatkan suasana hati dan rasa tenang (Rubin, 2021; Ghazwani, 2019 dalam Oktavinita & Ambarwati, 2022).

Namun, intensitas pemujaan selebriti di kalangan remaja menjadi perhatian orang tua dan pendidik. Penggemar selebriti berisiko mengalami perubahan perilaku, menghabiskan waktu dan uang berlebihan, serta meniru gaya hidup dan nilai-nilai idola (Chia & Po, 2009 dalam Fauziah & Chusairi, 2022; Cheung & Yue, 2003). *Celebrity worship* diduga memengaruhi kesejahteraan psikologis, yakni kondisi ketika individu mampu menerima

dirinya, memiliki tujuan hidup, mandiri, mengelola lingkungan, membangun relasi positif, dan mengalami pertumbuhan pribadi (Ryff, 1989; Huppert, 2009).

Beberapa studi menemukan adanya hubungan antara *celebrity worship* dan rendahnya tingkat kesejahteraan psikologis (Maltby et al., 2004). Selain itu, fenomena ini dikaitkan dengan masalah seperti kecanduan, perilaku menyimpang, penggunaan internet yang bermasalah, belanja kompulsif, narsisme, citra tubuh negatif, serta menurunnya harga diri dan kepuasan hidup (Chia & Po, 2009; Maltby et al., 2001; North et al., 2007).

Remaja merupakan kelompok usia yang paling rentan terhadap *celebrity worship* (McCutcheon et al., 2002). Berdasarkan survei, 57 dari 100 penggemar K-Pop di Indonesia merupakan remaja berusia 12–20 tahun (Nurani, 2017). Idola K-Pop dapat memengaruhi perkembangan psikologis remaja dengan memberikan motivasi, rasa nyaman, dan membuka peluang untuk belajar hal baru (Rahman Hakim et al., 2021). Remaja perempuan khususnya cenderung memiliki keterikatan emosional intens, terutama pada dimensi intense-personal dan borderline-pathological (McCutcheon et al., 2002).

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa idola K-Pop dapat menjadi mood booster dan sumber kebahagiaan (Fauziyah & Nurhayati, 2023). Laffan (2021) juga melaporkan bahwa menjadi penggemar K-Pop berpengaruh positif terhadap kebahagiaan, harga diri, dan rasa keterhubungan sosial. Meski demikian, pengalokasian waktu berlebihan untuk mengikuti idola berpotensi mengganggu keseimbangan hidup, tugas sekolah, interaksi sosial, serta kesehatan fisik dan mental. Oleh karena itu, peran keluarga, institusi pendidikan, dan pemerintah menjadi penting untuk membimbing remaja dalam mengatur waktu serta menjaga kesehatan mental.

Fenomena *celebrity worship* juga terlihat pada penggemar ENHYPEN, khususnya komunitas Engene Medan. Pada Agustus 2024, ENHYPEN menggelar konser perdananya di Indonesia yang dihadiri 21.000 penonton (Lee, 2024) dan memiliki 10,3 juta penggemar resmi di platform WEVERSE (data per 6 November 2024). ENHYPEN adalah *boy group* multinasional dengan tujuh anggota, dibentuk melalui ajang survival show I-LAND dan debut pada 30 November 2020 di bawah agensi Belift Lab (Enhypen, 2020).

Komunitas Engene Medan, yang berdiri sejak 2020, memiliki 215 anggota (data per 6 November 2024). Komunitas ini menjadi wadah berbagi informasi terkait konser, merchandise, serta kegiatan seperti perayaan ulang tahun anggota grup. Dari pengamatan peneliti, konser menjadi agenda yang paling dinantikan. Banyak anggota rela menunggu di bandara, mencari lokasi hotel idola, hingga mengeluarkan biaya besar demi menyaksikan penampilan ENHYPEN secara langsung.

Bentuk fanatisme ini sering menimbulkan pandangan negatif masyarakat awam, yang menganggap penggemar K-Pop sebagai kelompok berlebihan, aneh, atau kurang nasionalis. Sebagian penggemar lebih menggemari budaya Korea dibandingkan budaya sendiri, khususnya pada remaja yang berada dalam proses pencarian identitas diri. Mereka merasa percaya diri saat memiliki informasi terbaru mengenai idola dibanding orang lain.

Ekspresi antusias seperti berteriak, menangis saat konser, menyanyikan fanchant, dan marah jika idola dihina menunjukkan keterikatan emosional yang kuat. Fanatisme ini kadang memicu fanwar antar fandom. Melihat fenomena tersebut, peneliti meneliti lebih mendalam mengenai pengaruh *celebrity worship* terhadap kesejahteraan psikologis remaja perempuan, khususnya pada Komunitas Engene Medan.

2. KAJIAN TEORITIS

Celebrity Worship

Merupakan ketertarikan yang kuat hingga obsesi terhadap satu atau lebih selebriti (Maltby & Day, 2011). Relasi antara penggemar dan idola disebut kelekatan parasosial, yang terbagi menjadi tiga tingkatan, (1) *entertainment-social*, ketika selebriti menjadi hiburan, sumber motivasi, sekaligus bahan interaksi dengan sesama penggemar. (2) *intense-personal*, yakni munculnya perasaan kedekatan dan kecenderungan obsesif terhadap idola. (3) *borderline-pathological*, yang ditandai dengan fantasi berlebihan dan perilaku ekstrem demi mendapatkan perhatian selebriti (Maltby et al., 2005).

Kesejahteraan Psikologis

Merupakan kondisi ketika individu mampu menerima dirinya sendiri, bersikap mandiri, menjalin relasi yang sehat, mengatur lingkungannya, memiliki tujuan hidup yang jelas, serta terus mengembangkan potensi yang dimiliki (Ryff & Singer, 2008; Ryff & Keyes, 1995). Aspek-aspeknya mencakup penerimaan diri, hubungan positif dengan orang lain, pengembangan diri, tujuan hidup, penguasaan lingkungan, dan kemandirian. Tingkat kesejahteraan psikologis yang tinggi mencerminkan kebahagiaan serta kepuasan hidup, sedangkan tingkat yang rendah umumnya berkaitan dengan gangguan atau masalah kesehatan mental.

Penelitian yang Relevan

Sejumlah penelitian terdahulu memberikan gambaran penting bagi penelitian ini terkait fenomena *celebrity worship* serta pengaruhnya terhadap perilaku dan kesejahteraan psikologis. Putri (2020) mengungkap bahwa *korean wave* berdampak besar pada perilaku remaja, baik secara positif—seperti meningkatnya minat belajar bahasa asing, hiburan, dan sarana

ekspresi—maupun negatif, yaitu fanatisme, perilaku konsumtif, dan peniruan berlebihan. Fauziah dan Chusairi (2022) menemukan korelasi negatif yang signifikan antara *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis remaja penggemar K-Pop, menunjukkan bahwa keterikatan berlebihan terhadap idola dapat merugikan kondisi psikologis. Studi kualitatif Fachrosi dkk. (2020) menguraikan bahwa fanatisme terhadap BTS memengaruhi pola pikir, konsumsi media, hingga aktivitas sehari-hari penggemar. Penelitian Sari dan Junita (2023) menyoroti kesulitan penggemar dewasa awal dalam mengendalikan perilaku konsumtif dan emosional terhadap idola, meskipun terdapat sisi positif berupa motivasi dan peluang bisnis. Adapun Sary dan Nurhayati (2024) melaporkan bahwa hanya dimensi *borderline-pathological* dari *celebrity worship* yang berdampak negatif signifikan pada kesejahteraan psikologis, dengan kontribusi keseluruhan yang relatif kecil (4,4%). Temuan-temuan tersebut menegaskan perlunya memahami batas keterlibatan penggemar agar tidak mengganggu kesejahteraan psikologis, sekaligus memperkuat dasar dilakukannya penelitian ini.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif yang memiliki sifat ilmiah karena sesuai dengan kaidah empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Pendekatan tersebut bertujuan memverifikasi serta menguji teori menggunakan data angka dan analisis statistik (Sugiyono, 2019). Metode yang digunakan adalah analisis korelasi, yaitu teknik statistik untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel tanpa mempersoalkan hubungan sebab-akibat. Semakin kuat hubungan linier antar variabel, maka semakin tinggi derajat korelasinya (Safitri, 2016).

Lokasi, Populasi, dan Sampel

Penelitian ini dilaksanakan pada Komunitas Engene Medan, salah satu komunitas penggemar K-Pop terbesar dan paling aktif di kota Medan. Komunitas ini kerap mendominasi berbagai acara K-Pop serta secara rutin mengadakan pertemuan (*gathering*) antar anggotanya. Aktivitas tersebut banyak melibatkan remaja perempuan yang penuh antusiasme, sehingga lokasi ini dipilih karena dianggap relevan untuk menelaah pengaruh kegiatan komunitas terhadap pola pikir, perilaku, dan interaksi sosial para anggotanya.

Populasi penelitian terdiri atas anggota Komunitas Engene Medan yang memenuhi kriteria: remaja, berjenis kelamin perempuan, dan pernah berpartisipasi dalam kegiatan komunitas. Jumlah populasi ditetapkan sebanyak 60 orang (Sugiyono, 2019). Mengingat populasi yang kurang dari 100, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sensus, yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian (Arikunto, 2012). Dengan

demikian, sampel penelitian ini berjumlah 60 orang yang mewakili keseluruhan populasi sesuai kriteria yang telah ditentukan.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menerapkan metode pengumpulan data terstruktur dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* sebagai sumber data primer. Instrumen yang digunakan meliputi *Celebrity Attitude Scale* dan *Ryff's Psychological Well-Being Scale*. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner disusun sesuai dengan kebutuhan penelitian agar data yang diperoleh relevan dan dapat diukur secara tepat. Untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi responden, penelitian ini menggunakan skala Likert 3 poin (3 = Setuju; 2 = Netral; 1 = Tidak Setuju) (Sugiyono, 2019).

Uji Kelayakan Instrumen

Instrumen yang digunakan diuji validitas dan reliabilitasnya agar hasil penelitian sah dan konsisten. Menurut Rusiadi et al., (2015) Uji Validitas menggambarkan tingkat kemampuan instrumen dalam mengukur variabel yang hendak diteliti. Rumus korelasi digunakan untuk menguji validitas, dan dibandingkan dengan r-tabel (0,254). Didapatkan bahwa *Celebrity worship* (X): 14 dari 15 item valid dan Kesejahteraan Psikologis (Y): 23 dari 24 item valid. Uji Reliabilitas diukur menggunakan metode Alpha Cronbach, dan dikatakan reliabel jika nilai Alpha > 0,6 (Sugiyono, 2019; Budi, 2006). Didapatkan bahwa *Celebrity worship* (X): Alpha = 0,802 dan Kesejahteraan Psikologis (Y): Alpha = 0,875. Dengan demikian, kedua instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Setelah seluruh data terkumpul, peneliti melakukan analisis yang mencakup proses pengelompokan, penyusunan tabulasi, penyajian data, serta perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis (Sugiyono, 2019). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana, karena bertujuan mengetahui hubungan antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat (Priyono, 2016). Sebelum analisis regresi dijalankan, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test. Hasil uji terhadap residual menunjukkan nilai signifikansi 0,200 yang lebih besar dari 0,05, sehingga data dinyatakan berdistribusi normal. Hal tersebut juga diperkuat oleh tampilan grafik histogram dan P-Plot yang memperlihatkan sebaran data mengikuti garis diagonal, mendukung terpenuhinya asumsi normalitas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mencakup dua variabel utama, yaitu variabel independen *celebrity worship* (X) dan variabel dependen kesejahteraan psikologis (Y). Data yang digunakan berupa data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 60 responden, yang seluruhnya adalah remaja perempuan anggota Komunitas Engene Medan. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS Statistik 30 dan hasilnya disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah pembahasan. Adapun deskripsi data dibagi ke dalam tiga bagian utama: Karakteristik identitas responden; Dampak *Celebrity worship* terhadap Kesejahteraan Psikologis; dan Pengujian data secara kuantitatif.

Karakteristik Umum Responden

Seluruh responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan, sesuai dengan fokus penelitian yang mengkaji dampak *Celebrity worship* terhadap remaja perempuan di Komunitas Engene Medan. Berikut adalah karakteristik responden ditinjau dari segi usia.

Tabel 1. Karakteristik Responden Ditinjau Dari Segi Usia.

	Frekuensi	Persen
14	1	1.7
16	4	6.7
17	4	6.7
Valid 18	6	10.0
19	18	30.0
20	16	26.7
21	11	18.3
Total	60	100.0

Berdasarkan Tabel 1, sebagian besar responden berada pada rentang usia remaja pertengahan hingga akhir, dengan usia terbesar berusia 19 tahun (30%), diikuti oleh 20 tahun (26,7%), dan 21 tahun (18,3%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas anggota Komunitas Engene Medan yang menjadi subjek penelitian berada pada fase perkembangan psikologis remaja akhir, yang relevan dengan kajian mengenai kesejahteraan psikologis dan *celebrity worship*.

Dampak *Celebrity worship* terhadap Kesejahteraan Psikologis Remaja Perempuan di Komunitas Engene Medan

Dalam penelitian ini, tingkat *celebrity worship* diukur melalui tiga dimensi dari *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang dikembangkan oleh McCutcheon dkk. (2002) yaitu, *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological*

Tabel 2. Aspek-aspek *Celebrity worship*

<i>Entertainment-social</i>		
Setuju	44	73.7
Netral	16	26.7
Tidak Setuju	0	0
<i>Intense-personal</i>		
Setuju	27	45.0
Netral	31	51.7
Tidak Setuju	2	3.3
<i>Borderline-pathological</i>		
Setuju	2	3.3
Netral	7	11.7
Tidak Setuju	51	85.0

Berdasarkan tabel 2, *entertainment-social* merupakan tahap awal *Celebrity worship*, di mana individu menikmati keberadaan selebriti sebagai hiburan dan interaksi sosial. Mayoritas responden (73,3%) setuju, menunjukkan mereka aktif menikmati konten idola, mengikuti berita, berbagi informasi dengan sesama penggemar, dan merasa senang melihat idola di media sosial. Sebanyak 26,7% netral, dan tidak ada yang tidak setuju, menandakan peran idola sebagai sumber hiburan sangat kuat.

Lalu, aspek *intense-personal* mencerminkan keterlibatan emosional lebih mendalam. Sebagian besar (51,7%) setuju, menunjukkan kedekatan emosional tanpa keterikatan ekstrem, sementara 45% menunjukkan keterikatan tinggi seperti merasa sedih saat idola kesulitan atau terdorong mendukung secara emosional. Hanya 3,3% tidak setuju, menandakan keterikatan emosional cukup umum namun belum dominan secara ekstrem.

Terakhir, aspek *borderline-pathological* menggambarkan keterlibatan ekstrem dan tidak sehat, seperti perilaku obsesif. Mayoritas (85%) tidak setuju, menunjukkan kontrol perilaku yang baik dan minim tanda obsesif. Hanya 3,3% setuju dan 11,7% netral, menandakan keterlibatan fandom masih wajar tanpa indikasi gangguan psikologis serius pada sebagian besar responden.

Sementara itu, variabel Kesejahteraan Psikologis diukur menggunakan Ryff's *Psychological Well-Being Scale* yang dikembangkan oleh Ryff (1989), yang mencakup enam aspek, penerimaan diri, hubungan positif dengan orang lain, pengembangan diri, tujuan hidup, penguasaan lingkungan, dan kemandirian.

Tabel 3. Aspek-aspek Kesejahteraan Psikologis

Penerimaan Diri		
Setuju	36	59.8
Netral	22	36.3
Tidak Setuju	2	3.9
Hubungan Positif dengan Orang Lain		
Setuju	26	48.3
Netral	29	47.5
Tidak Setuju	5	8.8
Pengembangan Diri		
Setuju	36	60.8
Netral	21	34.2
Tidak Setuju	3	5.0
Tujuan Hidup		
Setuju	36	59.4
Netral	21	35.0
Tidak Setuju	3	5.6
Penguasaan Lingkungan		
Setuju	22	37.1
Netral	29	47.5
Tidak Setuju	9	15.4
Kemandirian		
Setuju	26	43.8
Netral	24	39.6
Tidak Setuju	10	16.7

Berdasarkan tabel 3, pada aspek penerimaan diri, mayoritas responden (59,8%) berada pada kategori setuju bahwa mereka mampu menerima dan memahami diri sendiri dengan baik, menyadari perasaan dan pikiran yang dimiliki, serta mengakui serta menerima baik kelebihan maupun kekurangan yang dimiliki diri sendiri. Persentase netral sebesar 36,3% menunjukkan bahwa sebagian responden kadang belum konsisten dalam penerimaan diri, sementara tidak setuju hanya 3,9%. Secara keseluruhan, hasil ini mencerminkan penerimaan diri yang positif dan menjadi salah satu indikator penting dalam kesejahteraan psikologis.

Pada aspek hubungan positif dengan orang lain, sebagian besar responden berada pada kategori netral (47,5%), diikuti oleh setuju (43,8%). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan sosial dengan orang terdekat umumnya baik, meliputi kemampuan membangun kedekatan, menerima dukungan emosional, dan menunjukkan empati, namun belum sepenuhnya optimal. Persentase tidak setuju sebesar 8,8% mengindikasikan hanya sedikit yang merasa tidak memiliki hubungan positif dengan orang lain.

Dalam aspek pengembangan diri, kategori setuju mendominasi dengan 60,8%, menunjukkan keterbukaan terhadap pengalaman baru, kemauan untuk belajar, serta upaya memperbaiki diri disertai ketahanan dalam menghadapi kegagalan atau kesulitan. Persentase netral sebesar 34,2% menunjukkan sebagian masih ragu atau belum konsisten dalam

mengembangkan diri, sedangkan tidak setuju hanya 5,0%, menandakan sedikit sekali yang tidak melakukan upaya tersebut.

Pada tujuan hidup, mayoritas (59,4%) berada pada kategori setuju, yang mengindikasikan adanya arah hidup yang jelas dan dorongan internal yang kuat untuk mencapainya. Sebanyak 35,0% berada pada kategori netral, khususnya terkait perencanaan langkah-langkah yang terstruktur, dan hanya 5,6% yang tidak setuju. Hal ini menunjukkan kesadaran akan tujuan hidup yang cukup baik di kalangan responden. Dalam penguasaan lingkungan, 47,5% responden berada pada kategori netral, 37,1% setuju, dan 15,4% tidak setuju. Hasil ini menandakan kemampuan mengelola waktu, memanfaatkan peluang, beradaptasi terhadap perubahan, dan mengambil keputusan sudah cukup baik namun belum sepenuhnya stabil pada semua responden.

Pada aspek kemandirian, persentase netral (39,6%) menjadi yang tertinggi, diikuti oleh setuju (43,8%) dan tidak setuju (16,7%). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mampu mengatur emosi saat stres, bertanggung jawab atas keputusan yang diambil, dan percaya diri menghadapi tantangan. Namun, keyakinan dalam membuat keputusan tanpa meminta pendapat orang lain masih perlu ditingkatkan agar tingkat kemandirian lebih optimal.

Pembahasan Hasil Penelitian

Uji Parsial (Uji T) dan Regresi Linier Sederhana

Tabel 4. Uji T dan Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a		t	Sig.
	Unstandardized	Standardized		
	Coefficients B	Coefficients Beta		
(Constant)	30.536	6.113		4.995 <,001
1 <i>Celebrity worship</i>	.781	.190	.475	4.114 <,001

a. Dependent Variable: Kesejahteraan Psikologis

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh hasil 4,114 > 2,001 yang menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya, variabel independen, yaitu *celebrity worship*, memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yakni kesejahteraan psikologis. Dari hasil penelitian penulis, terlihat bahwa para responden merasakan adanya dampak dari *celebrity worship* terhadap kesejahteraan psikologis mereka.

Pada analisis regresi linier sederhana, diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 30,536 dan koefisien regresi (b) sebesar 0,781, keduanya bernilai positif. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah: $Y = 30,536 + 0,781X$. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan positif antara *celebrity worship* (X) dengan kesejahteraan psikologis (Y), di mana setiap peningkatan

satu poin pada variabel *celebrity worship* (X) akan meningkatkan kesejahteraan psikologis (Y) sebesar 0,781.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 5. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	703.502	1	703.502	16.921	<,001 ^b
	Residual	2411.348	58	41.575		
	Total	3114.850	59			

a. Dependent Variable: Kesejahteraan Psikologis

b. Predictors: (Constant), *Celebrity worship*

Merujuk pada Tabel 5, terlihat bahwa nilai F hitung lebih besar daripada F tabel (16,921 > 4,01) dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen *celebrity worship* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen, yaitu kesejahteraan psikologis.

Koefisien Determinasi (R-Square)

Tabel 6. R-Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.475 ^a	.226	.213	6.448

a. Predictors: (Constant), *Celebrity worship*

Berdasarkan Tabel 6, hasil regresi menunjukkan nilai R-square sebesar 0,226. Artinya, koefisien determinasi ini mengindikasikan bahwa variabel independen *celebrity worship* mampu menjelaskan variabel dependen kesejahteraan psikologis sebesar 22,6%, sedangkan sisanya, yaitu 77,4%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti maupun dijelaskan dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *celebrity worship* K-Pop terhadap kesejahteraan psikologis remaja perempuan yang menjadi anggota Komunitas Engene Medan. Hasil analisis menunjukkan bahwa *celebrity worship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan psikologis anggota komunitas tersebut. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat keterlibatan remaja dalam aktivitas *celebrity worship*, semakin besar pula kesejahteraan psikologis yang mereka rasakan. Temuan ini diperkuat oleh uji t, di mana nilai t-hitung (4,114) lebih besar daripada t-tabel (2,001) dengan signifikansi $0,001 (< 0,05)$,

serta uji F yang menghasilkan F-hitung (16,921) yang melampaui F-tabel (4,01) dengan nilai signifikansi yang sama. Selain itu, koefisien determinasi (R-square) sebesar 0,226 menunjukkan bahwa *celebrity worship* menjelaskan 22,6% variasi kesejahteraan psikologis, sedangkan sisanya, yakni 77,4%, dipengaruhi oleh faktor lain di luar cakupan penelitian ini.

Peneliti menyarankan agar anggota Komunitas Engene Medan menjaga keterlibatan dalam *celebrity worship* pada level yang sehat (*entertainment-social*) untuk mendukung kesejahteraan psikologis. Admin komunitas juga diharapkan mampu menciptakan lingkungan yang kondusif sehingga anggota tidak terjerumus dalam fanatisme berlebihan. Selain itu, mengingat *celebrity worship* hanya berkontribusi sebesar 22,6% terhadap kesejahteraan psikologis, peneliti berikutnya disarankan untuk meneliti variabel lain, seperti dukungan sosial, kepribadian, maupun faktor relevan lainnya.

DAFTAR REFERENSI

- Arikunto, S. (2012). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Edisi revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Cahyani, R., Sari, M., & Utami, D. (2022). Hubungan adiksi internet dengan perilaku penggemar K-Pop pada remaja. *Jurnal Psikologi*, 20(2), 145–156.
- Cheung, C. K., & Yue, X. D. (2003). Idol worship: A new religious phenomenon in Hong Kong. *International Journal of Adolescence and Youth*, 11(2), 93–112. <https://doi.org/10.1080/02673843.2003.9747909>
- Chia, S. C., & Po, L. (2009). Media, celebrities, and fans: Exploring the relationship between celebrity worship and perception of media influence. *Asian Journal of Communication*, 19(3), 286–300. <https://doi.org/10.1080/01292980903093357>
- Driana, E., & Indrawati, E. S. (2021). Fenomena perilaku penggemar K-Pop di Indonesia. *Jurnal Psikologi Sosial*, 19(1), 23–34.
- Enhypen. (2020). *Enhypen profile*. Belift Lab. <https://beliftlab.com>
- Fauziah, R., & Chusairi, A. (2022). *Dampak celebrity worship terhadap perilaku remaja*. Malang: UMM Press.
- Fauziyah, A., & Nurhayati, D. (2023). Pengaruh keterlibatan fandom K-Pop terhadap kebahagiaan remaja. *Jurnal Psikologi*, 21(3), 221–233.
- Ghazwani, M. (2019). Parasocial interaction and well-being: The moderating role of personality traits. *Journal of Media Psychology*, 31(4), 210–220. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000252>
- Hamilton, D. (2009). *The sociology of globalization*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hollows, J. (2000). *Feminism, femininity and popular culture*. Manchester: Manchester University Press.
- Huppert, F. A. (2009). Psychological well-being: Evidence regarding its causes and consequences. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 1(2), 137–164. <https://doi.org/10.1111/j.1758-0854.2009.01008.x>

- Laffan, D. A. (2021). The relationship between parasocial interaction, well-being, and happiness in K-Pop fans. *Psychology of Popular Media*, 10(2), 169–179. <https://doi.org/10.1037/ppm0000260>
- Lee, H. (2024, August). ENHYPEN's first concert in Indonesia attracts 21,000 fans. *The Korea Herald*. <https://www.koreaherald.com>
- Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29. <https://doi.org/10.1097/00005053-200301000-00005>
- Maltby, J., Houran, J., Lange, R., Ashe, D. D., & McCutcheon, L. E. (2002). Thou shalt worship no other gods—Unless they are celebrities: The relationship between celebrity worship and religious orientation. *Personality and Individual Differences*, 32(7), 1157–1172. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(01\)00096-0](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(01)00096-0)
- Maltby, J., McCutcheon, L. E., Ashe, D., & Houran, J. (2001). The self-reported psychological well-being of celebrity worshippers. *North American Journal of Psychology*, 3(3), 441–452.
- Maltby, J., McCutcheon, L. E., Ashe, D., & Houran, J. (2004). Celebrity worship and psychological well-being: A re-examination. *North American Journal of Psychology*, 6(2), 239–246.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, 93(1), 67–87. <https://doi.org/10.1348/000712602162454>
- North, A. C., Sheridan, L., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). The association between celebrity worship and offending behavior. *Personality and Individual Differences*, 43(3), 537–547. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2007.01.005>
- Nurani, R. (2017). Demografi penggemar K-Pop di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Populer*, 5(2), 45–56.
- Oktavinita, E., & Ambarwati, S. (2022). Keterlibatan dalam fandom dan kesejahteraan psikologis. Jakarta: Rajawali Pers.
- Prasastisiwi, W. (2024, Mei 8). Indonesia jadi negara ketiga streaming K-Pop terbanyak di dunia. *Kompas.com*. <https://www.kompas.com>
- Priyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Rahman Hakim, A., Sari, P., & Lestari, R. (2021). Motivasi dan perilaku belajar penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 18(1), 88–98.
- Rubin, A. M. (2021). Parasocial relationships and their positive influence on well-being. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 65(2), 182–200. <https://doi.org/10.1080/08838151.2021.1901136>
- Safitri, R. (2016). *Statistik deskriptif & inferensial untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Shin, H. Y., & Ubonrat, S. (2007). *Cultural industries and cultural policy in Korea*. Seoul: Korean Culture and Tourism Policy Institute.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wardani, P., & Kusuma, A. (2021). Karakteristik penggemar dan dinamika fandom K-Pop. *Jurnal Ilmu Sosial*, 9(1), 55–67.