

## HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PEMUJaan TERHADAP IDOLA PADA PENGEMAR K-POP DI APLIKASI X

Marsyah Aulia Maudina<sup>1</sup>, Putri Nathania<sup>2</sup>, Devi Wulandari<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Universitas Paramadina, Indonesia

Email: [marsyah.maudina@student.paramadina.ac.id](mailto:marsyah.maudina@student.paramadina.ac.id)<sup>1</sup>

### Article Info

Submit:  
29 Juni 2024  
Revised:  
5 Juli 2024  
Published:  
30 September 2024

### Kata Kunci:

Pemujaan Idola; Kontrol Diri;  
Penggemar K-Pop;

### Keywords:

*Celebrity Worship; Self-Control; K-Pop Fans;*

### Abstrak

K-Pop, atau musik pop Korea telah menarik perhatian jutaan penggemar. Adanya media sosial, seperti Aplikasi X, telah memperkuat ikatan antara idola K-Pop dan penggemarnya. Interaksi yang semakin intens ini tidak hanya menciptakan pengalaman mendalam bagi penggemar, tetapi juga membawa berbagai dinamika sosial dan psikologis yang menarik untuk diteliti. Riset yang dilakukan memiliki tujuan mengungkap keterkaitan pengendalian diri penggemar K-POP dan pemujaan idola di Aplikasi X. Metode yang digunakan di riset ini adalah metode kuantitatif. Target audiens riset yang dilakukan yaitu penggemar K-POP di aplikasi X berumur 18 hingga 24 tahun. Metode sampling dengan purposive sampling yang memiliki sampel berjumlah 635 orang. Data dikumpulkan menggunakan Skala Kontrol Diri Tangney 2004 serta Skala Pemujaan Selebriti Maltby 2004. Analisis data dengan uji korelasi Pearson R. Hasil riset yang dilakukan sesuai dengan nilai korelasi ( $p = 0,695$ ,  $p > 0,05$ ), artinya pengendalian diri penggemar K-POP dengan pemujaan selebriti tidak berhubungan secara signifikan.

### Abstract

K-Pop, or Korean pop music, has attracted the attention of millions of fans. The existence of social media, such as Application X, has strengthened the bond between K-Pop idols and their fans. This increasingly intense interaction not only creates an immersive experience for fans, but also brings with it a variety of social and psychological dynamics that are interesting to examine. The research carried out aims to reveal the relationship between K-POP fans' self-control and idol worship in Application X. The method used in this research is a quantitative method. The target audience for the research carried out is K-POP fans on the X application aged 18 to 24 years. The sampling method is purposive sampling which has a sample of 635 people. Data were collected using the 2004 Tangney Self-Control Scale and the 2004 Maltby Celebrity Worship Scale. Data were analyzed using the Pearson R correlation test. The results of the research carried out were in accordance with the correlation value ( $p = 0.695$ ,  $p > 0.05$ ), meaning that K-POP fans' self-control with celebrity worship is not significantly related

## PENDAHULUAN

K-Pop, atau musik pop Korea telah menarik perhatian jutaan penggemar. Adanya media sosial, seperti Aplikasi X, telah memperkuat ikatan antara idola K-Pop dan penggemarnya. Interaksi yang semakin intens ini tidak hanya menciptakan pengalaman mendalam bagi penggemar, tetapi juga membawa berbagai dinamika sosial dan psikologis yang menarik untuk diteliti. Begitu pula di Indonesia merupakan rumah bagi jutaan K-Popers atau pecinta Kpop (Shitara, et al., 2023). Berdasarkan survey yang dilakukan oleh K-Pop *chart*, dari tahun 2000 sampai tahun 2020 Kpopers Indonesia saat ini menduduki peringkat keempat di antara negara dengan penggemar K-pop terbanyak, hanya di belakang negeri asal idola itu sendiri (Munica, 2021). Kemudian survey IDN Times tahun 2019 menunjukkan bahwa fans K-pop terpusat di pulau Jawa yang tercatat mencapai 76,7% (Rizqiyah et al., 2023).

Penggemar K-Pop berasal dari berbagai macam rentang usia mulai dari remaja hingga dewasa, berdasarkan data Spotify Wrapped, kelompok usia yang paling banyak tercatat menggemari musik k-pop adalah usia dewasa awal. Kelompok umur 18-24 tahun menyumbang 51% dari total; kelompok umur 25-29 tahun menyumbang 20%; kelompok usia lebih dari 17 tahun menyumbang 13%; kelompok usia 30-34 tahun menyumbang 8%; dan kelompok usia 35-44 tahun (Indri, 2021). Menurut sebuah penelitian (Gumelar et al., 2021), kebanyakan penyuka K-POP di Indonesia berada pada remaja akhir. Sebanyak 40,7% berumur sekitar 20 dan 25 tahun, dan 38,1% berumur sekitar 15 dan 20 tahun dan terendah 9,3% pada kelompok umur 10-15 tahun. Salah satu aspek perkembangan manusia di tahap dewasa awal, menurut teori perkembangan Hurlock dalam bukunya yang berjudul *Perkembangan Hayati*, adalah mengembangkan sikap dan prinsip baru melalui keterlibatan dalam hubungan sosial masyarakat.

Jenis media sosial sekarang semakin berkembang seperti Youtube, Whatsapp, Instagram, Twitter (X), Tiktok, Facebook, Line, lain sebagainya. Namun, menurut (Kim 2020), Twitter adalah media sosial terbanyak yang digunakan penyuka K-Pop dalam sepuluh tahun terakhir. Melalui aplikasi X, sebagian penggemar dapat menunjukkan perilaku pemujaan yang berlebihan. Penggemar K-Pop 56% menggunakan habis waktu 1-5 jam bermain sosial media, dan 28% menggunakan habis waktu lebih dari 6 jam untuk mempelajari semua hal tentang idola mereka (Audrey et al., 2023). Indonesia menjadi negara dimana K-POP paling banyak dibicarakan di media sosial X (Rafdinal et al., 2023). App X mengalami peningkatan tahunan dalam tweet K-Pop sebesar 131% dari tahun 2010 hingga 2021 (Javier 2021). K-Popers menggunakan aplikasi X sebagai sumber informasi yang sangat konkret, meningkatkan komunitas, tetapi kadang-kadang informasi itu palsu. (Ambronsius et al., 2022). Sedangkan aplikasi Weverse para Idol update daily activity mereka untuk para penggemarnya. Idol bisa berinteraksi pada fans dengan bermacam-macam video, foto, serta komentar. Disamping itu, Weverse menghadirkan penerjemahan agar penggemar mudah mengerti apa yang disampaikan idolanya (Sitorus et al., 2023).

Saat Idol K-Pop menerbitkan Album K-pop juga memiliki merchandise seperti photocard, postcard, sticker, dan lainnya. Fans biasanya membeli album idol favorit mereka untuk mendapatkan photocard saat mereka merilis album baru. Bila mereka tidak mendapatkan *photocard* idolnya mereka akan mencoba mencari sampai mendapatkannya, biasanya mereka mencoba dengan cara trading di aplikasi X (Maghfirah, 2022). Idol K-Pop yang banyak digemari penyuka disebut dengan sebutan bias, bias merujuk ke satu individu (Parawangsa, 2023).

Melalui aplikasi X para K-Popers dapat mengirimkan cuitan apapun secara anonim untuk membahas idola favoritnya (Ambronsius et al, 2022), mereka merasa lebih nyaman dalam berinteraksi di aplikasi Twitter (X) secara anonim dengan orang-orang yang memiliki ketertarikan bersama dan bebas untuk melakukan apa yang mereka inginkan (Ayundari et al, 2021). Era dimana teknologi memudahkan aksesibilitas terhadap konten dan interaksi dengan selebritas, menuntut individu untuk menjaga keseimbangan antara pengagum dan penggemar yang berlebihan.

Ekspresi kekaguman terhadap selebriti dapat berkembang menjadi apa yang dikenal sebagai "*celebrity worship*". Fenomena ini mencakup penggemar yang memiliki keterikatan emosional yang intens dan personal terhadap selebriti mereka, melebihi batas kagum yang biasa. Mereka cenderung mengagumi selebriti tersebut tidak hanya karena prestasi atau bakat mereka, tetapi juga karena mereka merasa terhubung secara emosional atau spiritual (Maltby et al., 2005). *Celebrity worship* dapat meliputi perilaku seperti mengikuti setiap aktivitas selebriti, mengoleksi barang-barang yang terkait dengan mereka, bahkan hingga meniru gaya hidup atau nilai-nilai mereka. Selain itu penggemar seringkali melakukan aktivitas *stalking* yang memiliki kecenderungan obsesif, menciptakan rasa ketagihan dan dibuat sakau kalau kalau tidak melihat konten idolanya di media sosial membuat penggemar K-Pop selalu mencari tahu aktifitas idolanya di media sosial membuat penggemar menghabiskan waktunya dengan selalu memainkan handphone atau alat elektronik lainnya kemanapun dan dimanapun berada (Paramesti., 2024).

Fenomena ini memperlihatkan bagaimana penggunaan teknologi dapat memperkuat obsesi terhadap tokoh publik. Dengan meningkatnya keterlibatan dalam aplikasi semacam ini, perlu untuk mempertimbangkan dampaknya terhadap kesejahteraan mental dan emosional penggunanya, serta mengedepankan pentingnya kesadaran diri dan kontrol diri dalam penggunaan teknologi. Kontrol diri yang rendah mungkin berkontribusi pada intensitas pemujaan ini, di mana individu kesulitan mengatur emosi dan tindakan mereka terkait dengan idola. Ketika seseorang tidak mampu mengendalikan diri dengan baik, mereka cenderung terbawa arus oleh kekaguman dan obsesi terhadap figur idola mereka (Utami, et al., 2021). Hal ini dapat mengakibatkan perilaku impulsif dan kompulsif yang mungkin tidak seimbang atau rasional. Kurangnya pengendalian diri Fan menyebabkan kurangnya konsentrasi dalam bekerja. Mereka mungkin juga dibuat untuk menghabiskan lebih banyak waktu dengan idolanya dan melupakan pekerjaan. Dengan begitu, pemujaan yang intens dapat menjadi hasil langsung dari kurangnya kontrol diri yang efektif dalam mengelola perasaan dan tindakan individu.

Menurut Marsela et al., (2019) Karena individu memiliki kontrol diri, mereka dapat mengontrol perilaku yang mereka tunjukkan. Ini melibatkan kemampuan individu untuk mengendalikan impuls, mengelola emosi, dan mengelola perilaku. Tanpa kontrol diri yang memadai, seseorang mungkin cenderung terjerumus ke dalam keputusan impulsif atau merespon emosi secara berlebihan, yang dapat mengganggu pencapaian tujuan hidup mereka dan berdampak negatif pada kesejahteraan psikologis mereka secara keseluruhan (Siallagan, et al., 2021). Akibatnya, penting bagi setiap orang untuk meningkatkan dan memperkuat kemampuan mereka. kontrol diri mereka agar dapat mencapai kehidupan yang lebih seimbang dan memuaskan secara psikologis.

Keterkaitan antara kontrol diri dengan pemujaan idola telah dikemukakan sebelumnya. Berdasarkan Utami et al (2021) Hal ini menunjukkan pengendalian diri dan penyembahan idola berhubungan negatif. Hal ini berarti bahwa penggemar K-pop dengan kontrol diri yang lebih sedikit memiliki penggemar idola yang lebih banyak, serta makin banyak kontrol diri remaja penyuka K-pop, sehingga pemujaan pada idola akan makin sedikit. Riset serupa dengan Hidayati dan Sari, penelitian tersebut menyimpulkan Studi ini menemukan hubungan negatif antara pengabdian terhadap artis dan pengabdian terhadap artis di Surakarta; dengan kata lain, lebih banyak pengabdian terhadap artis dibandingkan dengan lebih sedikit pengabdian terhadap artis di Surakarta. Selain itu, penelitian tersebut menemukan pengendalian diri mempengaruhi dedikasi selebriti sebesar 12,46 persen. Namun 87,54% yang lain disebabkan oleh faktor tambahan lain diluar riset yang dilakukan (Hidayati et al., 2023). Tak satu pun dari penelitian ini menyelidiki perilaku penggemar K-pop dalam menggunakan media sosial. Padahal perilaku penyuka di medsos X memperlihatkan perilaku *celebrity worship* yang makin impulsif dan emosi yang berlebihan seperti, penggemar melakukan *trading* demi mendapatkan barang terkait idolanya dan *fanwar* yang terjadi karena saling mengejek antar idola mereka (Savitri et al., 2020), hal itu yang membuat berbeda dengan penggemar yang tidak memakai media sosial X.

Berdasarkan latar belakang, riset yang dilakukan memiliki tujuan melakukan uji keterkaitan pengendalian diri serta pemujaan idola di konteks penerapan X. Melalui pendekatan ini, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan baru tentang bagaimana media sosial, khususnya aplikasi X, mempengaruhi perilaku individu yang menginjak dewasa awal dalam mengontrol diri dan tingkat keterikatan terhadap idola mereka. Sebagai penggemar juga harus berusaha untuk memahami faktor-faktor yang memotivasi perilaku ekstrem mereka dalam pemujaan dan mencari cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut melalui cara yang lebih produktif dan tanpa membuat rugi. Dengan memperdalam pemahaman tentang dinamika ini, diharapkan temuan riset yang dilakukan dapat berkontribusi banyak dalam memahami peran media sosial dalam membentuk pola perilaku individu yang menginjak dewasa awal, terutama dalam konteks budaya penggemar seperti fenomena K-Pop.

## **METODE**

### **Desain Penelitian**

Riset ini memiliki dua variabel. Pengendalian diri menjadi variabel bebas serta penyembahan berhala menjadi variabel terikat. Menurut Creswell (2014), penelitian korelasional kuantitatif adalah jenis penelitian yang mengukur dua variabel atau lebih berpengaruh atau tidak.

### **Populasi dan Sample**

Populasi merupakan suatu bidang dimana peneliti menggeneralisasi dan menarik kesimpulan berdasarkan objek atau subjek dengan ciri atau ciri khusus sehingga perlu dipelajari (Sagiyono, 2013). Orang dewasa berusia antara 18 dan 24 tahun penggemar lagu K-POP (musik pop Korea atau musik pop Korea) berpartisipasi dalam penelitian ini.

Sampel dipilih dengan metode purposive sampling merupakan pengumpulan data berlandaskan sifat dan sifat khusus sehingga diperoleh sampel yang sesuai untuk penelitian. Riset ini memiliki sampel sebanyak 635 responden. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner melalui daring melalui tautan Google Forms, termasuk formulir informed

consent sebagai bentuk kesepakatan antara sampel dan peneliti. Jenis survei yang digunakan bersifat pribadi dan tanggapannya akan diberikan terlebih dahulu. Responden kemudian memilih satu jawaban saja.

Kriteria responden yang dipilih yaitu:

- a. Penggemar K-Pop (Korean Pop atau *Korean Popular Music*) yang tergabung dalam fandom.
- b. Pengguna Aplikasi X.
- c. Usia 18-24 Tahun.

### **Alat Ukur**

Sebanyak dua alat ukur dipakai dalam riset ini, skala *Self Control Scale* (SCS) dari Tangney (2004) yang diadaptasi dialihbahasakan ke dalam Bahasa Indonesia oleh peneliti serta dilakukan *expert judgement* untuk dinilai oleh ahli. Jumlah instrumen dalam jurnal penelitian ini berjumlah 36 butir item. Pada dimensi *Self-discipline* terdapat 11 item, dimensi *Deliberate/Nonimpulsive* terdapat 10 item, dimensi *Healthy habits* ada 5 item, dimensi *Work ethic* ada 5 item dan dimensi *Reliability* ada 5 item. Menurut (Sari et al., 2023) mendapatkan nilai uji validitas  $>0,40$ , Alpha Cronbach sebagai uji reliabilitas dengan hasil 0,832 skala *Self-Control* tersebut reliabel sebab memiliki koefisien lebih dari 0,60 7 item gugur 29 item valid. Dalam kuesioner, lima pilihan diberi skor: SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan disusun menurut bentuk yang disukai dan tidak disukai. Respon positif, SS (sangat setuju), S (setuju), N (netral), TS (tidak setuju), dan STS (sangat tidak setuju) diberi nilai 1, sedangkan jawaban kurang baik SS (sangat setuju) diberi nilai dari 5. S (setuju) mendapat nilai 4. Semakin tinggi skor suatu subjek pada skala pengendalian diri, artinya semakin besar pengendalian diri yang ada di subjek tersebut. Sedangkan skor yang sedikit di suatu subjek pada skala Kontrol Diri, artinya kontrol dirinya semakin sedikit.

Pada penelitian ini terdapat 5 dimensi untuk mengukur tingkatan *Self-Control* pemujaan terhadap idola:

- a. *Self-discipline* (e.g "Saya mengalami kesulitan untuk mengatakan tidak")
- b. *Deliberate/nonimpulsive* (e.g "Saya menghabiskan terlalu banyak uang")
- c. *Healthy habits* (e.g "Saya pandai dalam menahan godaan")
- d. *Work ethic* (e.g "Saya seorang pemalas")
- e. *Reliability* (e.g "Saya selalu tepat waktu")

Skala yang mengukur *Celebrity Attitude Scale* (CAS) oleh Maltby dan McCutcheon (2004). Telah diartikan menjadi bahasa Indonesia dari peneliti dan dievaluasi oleh para ahli. Jumlah instrumen dalam jurnal penelitian ini berjumlah 22 butir item. Pada dimensi *Entertainment-social* terdapat 10 item, dimensi *Intense-personal feeling* terdapat 9 item dan dimensi *Borderline-pathological* terdapat 3 item. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hidayanti & Sari 2023 mendapatkan nilai uji validitas dengan hasil lebih dari 0,40, dan nilai uji reliabilitas Alpha Cronbach dengan hasil 0,874 digunakan. Skala penyuka Selebriti dianggap reliabel karena memiliki 22 item valid dengan koefisien di atas 0,60. Survei ini memakai skala Likert 1 hingga 5, respon yang dapat dipilih diantaranya STS (sangat tidak setuju), TS (tidak setuju), N (netral), S (setuju), serta SS (sangat setuju). Jawaban akan diberi skor 5 banding 1. Skor subjek yang tinggi di skala pemujaan selebriti, artinya semakin banyak pula pemujaan selebriti yang dimilikinya.

Sedangkan skor subjek yang rendah pada skala penyuka selebriti, semakin sedikit subjek yang memuja selebriti.

Pada penelitian ini terdapat 3 dimensi untuk mengukur tingkatan pemujaan terhadap idola:

- Entertainment-social* (e.g "saya serta rekan-rekan senang membicarakan kejadian pada selebriti")
- Intense-personal feeling* (e.g "saya berbagi ikatan privat kepada selebriti favorit saya tanpa bisa dijelaskan dengan kata-kata")
- Borderline-pathological* (e.g "saya sering memiliki rasa termotivasi agar mencari tahu kebiasaan pribadi selebriti inspirasi saya")

### Analisis Data

Data dianalisis dengan statistik deskriptif dan analisis korelasi. Selain itu, penelitian deskriptif kuantitatif menggambarkan hubungan antar variabel melalui angka statistik akurat yang sistematis dan faktual dalam menyampaikan fakta (Sarwono, 2009). Sehingga agar diketahui eratnya kaitan variabel, dibutuhkan korelasi. Hal tersebut bisa dianalisis melalui teknik Korelasi Product Moment yang dapat diakses melalui program SPSS 26 untuk Windows. Teknik ini menghitung koefisien korelasi antara suatu variabel atau skor yang tidak bergantung pada interval dan variabel atau skor yang tidak bergantung pada interval lainnya (Agung, 2016:125). Maka dari itu, sebelum melakukan analisis *pearson product moment*, analisis pertama kali yang perlu dilakukan adalah analisis deskriptif, guna melihat mean, median, modus serta juga standar deviasi dari data yang telah dikumpulkan. Lalu, peneliti sebelumnya menggunakan uji normalitas dan linearitas agar melihat data yang terkumpul apakah distribusinya normal serta berhubungan linear atau tidak.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Riset ini menggunakan 635 responden secara keseluruhan sesuai karakteristik sampel. Gambaran responden sampel pada penelitian ini digambarkan pada tabel gambaran responden penelitian berikut.

**Tabel 1. Gambaran Responden Penelitian**

	Aspek	N	Persentase (%)	Mean SC	Mean CW
Jenis Kelamin	Laki-laki	28	4.4%	107.357	69.46
	Perempuan	607	95.6%	106.498	68.91
Usia (Tahun)	18	111	17.5%	104.973	70.95
	19	69	10.9%	105.942	68.96
	20	112	17.6%	105.527	68.71
	21	113	17.8%	106.305	69.50

	22	102	16.1%	106.529	67.86
	23	72	11.3%	109.181	67.22
	24	56	8.8%	110	68.43
	NCT	159	25%	106.99	69.30
	Multifandom	159	25%	105.48	69.14
Fandom	Blackpink	12	1.9%	103.08	62.67
	Red Velvet	4	8%	105.00	69.60
	Dan Lainnya	301	41.1%	107.02	68.88
<b>Total</b>		<b>635</b>	<b>100%</b>	<b>106.53</b>	<b>68.94</b>

5

Dari tabel uraian responden di atas, mayoritas responden pada riset yang dilakukan memiliki jenis kelamin perempuan yang berjumlah 607 responden (95,6%), serta responden laki-laki berjumlah 28 orang (4,4%).

**Tabel 2. Kategorisasi**

Kategori	<i>Self-Control</i>	%	<i>Celebrity Worship</i>	%
<b>Rendah</b>	91	11%	104	12.2%
<b>Sedang</b>	444	69.7%	430	67.7%
<b>Tinggi</b>	100	19.3%	101	20%

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, data yang diperoleh terbagi menjadi 3 kategori pada masing-masing variabel. Pada variabel *self-control* terdapat responden yang memiliki tingkat *self-control* pada kategori rendah sebanyak 91 responden, atau 11% dari total sampel. Sedangkan untuk kategori sedang terdapat responden sebanyak 444 responden atau 69.7% dari total sampel. Dan kategori Tinggi terdapat responden sebanyak 100 atau 19.3% dari total sampel. Pada variabel *celebrity worship* dengan tingkat kategori Rendah terdapat 104 responden atau sebesar 12.2% dari total responden. Sedangkan untuk kategori Sedang memiliki jumlah sebanyak 430 responden atau sebesar 67.7% dari total responden. Dan untuk Kategori Tinggi terdapat 101 respon atau sebanyak 20% dari total sampel penelitian.

Riset ini bertujuan mencari tahu alasan penggemar K-pop yang memakai aplikasi X mengatasi narsisme idola. Kami menganalisis data yang didapatkan berdasarkan riset yang dilakukan agar ditentukan hipotesis penelitian ini benar. Dua uji asumsi dilakukan dalam penelitian ini: uji normalitas dan uji linearitas. Uji dilaksanakan saat belum dilakukan uji korelasi dengan product moment Pearson agar mengetahui hubungan kedua variabel yang diteliti (Ghasemi et al., 2012; Tabachnick et al., 2013).

Uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov agar diketahui kenormalan distribusi data. Uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan angka signifikansi (Sig) barisan Kolmogorov-Smirnov lebih

besar dari 0,05 artinya data berdistribusi normal (Ghasemi., 2012). Akibatnya, asumsi normalitas penelitian ini terpenuhi. Selain itu, histogram bisa dipakai dalam mengetahui uji normalitas. Jika sebaran data dalam suatu penelitian menunjukkan grafik berbentuk lonceng, artinya data tersebut diartikan berdistribusi normal. Tabel 3 menunjukkan hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov.

Terakhir dilaksanakan uji linieritas agar mengetahui variabel pengendalian diri dengan pemujaan selebriti berkaitan secara linier atau berada dalam rentang tertentu. Hasil uji linearitas terdapat pada tabel Anova. Untuk nilai linearitas Sig<0>0,05 artinya pengendalian diri dengan usaha berkesenian memiliki hubungan linier. Sebaliknya jika nilai linearitas Sig < 0 > 0,05 artinya antara kedua variabel tidak berhubungan secara linier (Tabachnick et., 2013). Akibatnya, asumsi linearitas penelitian ini tidak terpenuhi. Tabel 4 menunjukkan hasil uji linearitas.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**

	<i>Self-Control</i>	<i>Celebrity Worship</i>
N	635	635
<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.200	0.71

**Tabel 4. Hasil Uji Linearitas**

	<i>Sum of Square</i>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
<i>Between Group</i>	<i>(Combined)</i>	1.219	0.134
	<i>Linearity</i>	157	0.692
	<i>Deviation from Linearity</i>	1.237	0.119

Berdasarkan analisis uji normalitas, data dari riset yang dilakukan sesuai asumsi normalitas. Oleh karena itu, dapat dilakukan analisis statistik parametrik untuk menguji hubungan dengan menggunakan metode korelasi moment produk Pearson. Hasil uji korelasi dilakukan pada penggemar k-pop yang menggunakan aplikasi X agar tahu self-control dan pengabdian kepada artis terkenal ( $p = 0.695$ ,  $p > 0.05$ ) berhubungan signifikan atau tidak. Tabel 4 menunjukkan hasil uji korelasi.

**Tabel 5. Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment**

	<b>SC</b>	<b>CW</b>
<i>Self-Control</i>	<i>Sig. (2-tailed)</i>	1
	N	635
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.695
		1



---

\*SC: *Self-Control*

\*CW: *Celebrity Worship*

Berdasarkan analisis statistik yang dilakukan menyatakan *self-control* tidak berhubungan pada *celebrity worship* di penyuka k-pop dengan aplikasi X yang berarti tinggi rendahnya *self-control* penggemar tidak berhubungan dengan tinggi rendahnya tingkat *celebrity worship-nya*. Hasil ini sesuai dengan (Juniarti et al, 2023), yang mendapatkan hasil serupa yaitu kontrol diri (*self-control*) tidak berhubungan signifikan dengan *celebrity worship* di penyuka k-pop pada Sumatera Barat berumur 18-23. Temuan riset ini tidak sama di banyak riset yang telah dilakukan yang menghasilkan berbeda jauh (Ghaffara et al., 2019), menemukan kontrol diri (*self-control*) berhubungan pada *celebrity worship* di remaja penggemar k-pop, baik hubungan positif maupun hubungan negatif. Adanya hubungan yang tidak signifikan ini dapat diterangkan dari faktor usia responden penelitian yaitu antara 18-24 tahun. Baumeister & Boden (dalam Marsela et al., 2019) menjelaskan usia merupakan satu dari beberapa factor pengaruh *self-control* individu, yang dimana *self-control* cenderung meningkat seiring bertambahnya usia seseorang.

Penjelasan mengenai adanya peranan faktor usia juga dibuktikan pada analisis yang dilakukan dengan menguji hubungan antara kedua variabel tersebut dengan faktor usia. Didapatkan hasil bahwa antara usia dengan kedua variabel yaitu *self-control* dan *celebrity worship* berhubungan signifikan, dengan nilai Sig. (2-tailed) antara *self-control* dengan usia sebesar 0,24 (Sig. < 0,05) serta nilai korelasi r 0,089. Sedangkan hubungan antara *celebrity worship* dengan faktor usia memiliki nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,049 (Sig. < 0,05) serta nilai korelasi r -0,078.

Hasil uji korelasi menunjukkan hubungan positif antara *self-control* dengan usia, yang berarti bahwa *self-control* seseorang lebih besar seiring bertambahnya usia. Hasil riset yang dilakukan sesuai dengan temuan penelitian periset lainnya yang memperlihatkan *self-control* meningkat seiring bertambahnya usia (Marsela et al., 2019).

Meskipun memberikan ini memberikan wawasan gambaran mengenai keterkaitan *self-control* dan *celebrity worship* di penyuka K-pop pengguna aplikasi X, terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan. Pada penelitian ini tidak mencakup faktor latar belakang pendidikan atau kemampuan kognitif individu, yang dimana terdapat penelitian yang menjelaskan bahwa *celebrity worship* individu memiliki hubungan negatif dengan kinerja kognitif, yang dimana pendidikan yang lebih tinggi lebih mempunyai *celebrity worship* yang rendah (McCutcheon et al., 2021). Latar belakang pendidikan mungkin dapat membantu dapat menjelaskan tidak terdapatnya hubungan antara *self-control* dengan *celebrity worship*. Kekurangan lainnya adalah kurangnya responden laki-laki dalam penelitian ini. Penelitian ini mungkin bias karena adanya ketidakseimbangan jumlah responden laki-laki dan perempuan, sehingga mengakibatkan kurangnya gambaran yang cukup signifikan sebagai pembeda laki-laki serta perempuan pada kedua variabel.

Oleh karena itu, terdapat beberapa saran yaitu riset terbaru mencakup hal-hal yang berpengaruh penelitian sebagai satu dari beberapa pengendalian variabel dalam penelitian. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat meneliti hubungan *celebrity worship* dengan variabel maupun faktor lainnya yang mungkin menjadi faktor pengaruh terhadap *celebrity worship* ataupun *self-*

*control*, atau mungkin dampak yang diakibatkan oleh *celebrity worship* terhadap aspek-aspek dalam keseharian.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis memberikan banyak ucapan terima kasih untuk segala pihak yang berperan untuk penyelesaian jurnal berjudul "Hubungan Kontrol Diri dengan Pemujaan terhadap Idola pada Penggemar K-Pop di Aplikasi X." Apresiasi kami berikan kepada para responden yang dengan sukarela menyisihkan waktu mereka untuk menyediakan data dan informasi berharga yang mendukung penelitian ini. Penghargaan juga kami sampaikan kepada tim peneliti dan dosen pembimbing atas bimbingan dan dukungan penuh selama proses penelitian. Kami berharap temuan riset yang dilakukan bisa berkontribusi banyak untuk memahami dinamika psikologis penggemar K-Pop dan dampaknya terhadap kontrol diri.

### **SIMPULAN**

Studi tentang keterkaitan pengendalian diri dan penggemar idola di kalangan penyuka K-POP di aplikasi X menemukan pengendalian diri dengan penyembahan idola tidak berhubungan signifikan. Dalam arti lain, jika penyuka K-Pop mempunyai kontrol diri yang lebih sedikit, pemujaan mereka terhadap idola akan meningkat dan sebaliknya, jika mereka memiliki kontrol diri yang lebih tinggi, pemujaan mereka terhadap idola akan meningkat. Selain itu, peneliti menemukan hasil uji korelasi kontrol diri dengan usia bahwa ada korelasi positif antara usia dan kontrol diri; dengan kata lain, kontrol diri seseorang meningkat seiring usianya. Namun, temuan penelitian menunjukkan bahwa ada korelasi negatif antara pengabdian terhadap celebrity dan usia, yang berarti bahwa pengabdian terhadap celebrity lebih rendah seiring bertambahnya usia. Hasilnya menunjukkan bahwa pengabdian terhadap celebrity paling tinggi saat remaja dan paling rendah saat dewasa.

Bagi peneliti berikutnya yang tertarik untuk meneliti "Hubungan Kontrol Diri dengan Pemujaan Terhadap Idola pada Penggemar K-Pop di Aplikasi X," disarankan untuk fokus pada bagaimana variasi tingkat kontrol diri memengaruhi intensitas pemujaan terhadap idola di kalangan pengguna aplikasi X. Riset yang telah dilakukan bisa menambah wawasan luas dalam mengenai perilaku penggemar K-Pop, terutama dalam konteks penggunaan platform digital. Penting bagi peneliti untuk mempertimbangkan aspek demografis yang beragam, menggunakan metode pengumpulan data yang reliabel, serta melakukan analisis yang komprehensif untuk mengidentifikasi korelasi antara kontrol diri dan perilaku pemujaan. Memanfaatkan alat ukur yang valid dan metodologi penelitian yang kuat sangat penting untuk menghasilkan temuan yang signifikan dan dapat diandalkan, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada literatur akademik dan memberikan rekomendasi praktis bagi pengembang aplikasi dan komunitas penggemar K-Pop.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Agung, A.A.Gede.. (2016). *Statistika Dasar untuk Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.

- Ambronsius, W. R., Lestari, N. A., & Septianingrum, C. (2022). Pengaruh Budaya K-Pop Pada Remaja di Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional*, 631-642.
- Audrey, L. I., & Rahman, A. (2023). Menganalisis Pengaruh Platform Twitter Sebagai Alat Komunikasi Kpopers dalam Berspesialisasi Penyebaran Informasi. *Pinisi Journal Of Art, Humanity & Social Studies*, 234-240.
- Ayundari, K. W., & Perbawani, P. S. (2021). Dinamika Online Persona Akun Anonim Twitter Penggemar KPop. *Jurnal Media Dan Komunikasi Indonesia*, 40.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed*. Inc: SAGE Publications.
- Ghaffara,A. & Qodariah, S. (2022). Hubungan Self-control dengan Celebrity Worship pada Mahasiswa Penggemar Stray Kids di Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology*, 439-445.
- Ghasemi, A., & Zahediasl, S. (2012). Normality Tests for Statistical Analysis: A Guide for Non-Statisticians. *International Journal of Endocrinology and Metabolism*, 486-489.
- Gumelar, S. A., Almaida, R., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika Psikologis Fangirl K-Pop. *Cognicia Journal*, 17-24.
- Hidayati, I. A., & Sari, L. K. (2023). HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN CELEBRITY WORSHIP PADA MAHASISWA PENGGEMAR K-POP. *Psycho Idea*, 1-10.
- Indri. (2021, September 13). *Gila! Indonesia Jadi Negara Nomor 2 Pendengar KPOP Terbanyak di Spotify*. Retrieved from [urbandigital.id: https://urbandigital.id/indonesia-nomor-2-pendengar-kpop-spotify/](https://urbandigital.id/indonesia-nomor-2-pendengar-kpop-spotify/)
- Javier, R., Soetikno, N., & Heng, P. H. (2021). *REMAJA SEJAHTERA REMAJA NASIONALIS*. Indonesia: Penerbit Andi.
- Kim, Lovelyn, C., Judith, E., & Eugenia, U. (2020). Celebrity Worship and its association with Subjective Mental Health of Adolescent Undergraduates in Nigerian Tertiary Institutions. *African Journal For The Psychological Study Of Social Issues*, 10-21.
- Maghfirah, A. S., Anggrainika, V., & Br Sinaga, Y. D. S. (2022). Pengaruh Budaya K-Pop Terhadap Kehidupan Mahasiswa Universitas Diponegoro. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 1-10.
- 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*, 273-283.

- Marsela, R. D. & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Fakto. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 65-69.
- McCutcheon, L.E., Zsila, Á. & Demetrovics. (2021). McCutcheon, L.E., Zsila, Á. & Demetrovics, Z. Celebrity worship and cognitive skills revisited: applying Cattell's two-factor theory of intelligence in a cross-sectional study. *BMC Psychol*, 174.
- Munica, R. (2021). Gambaran Celebrity Worship Terhadap Idola K-pop pada Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19. *Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 90-98.
- Paramesti, R. A., & Wijayani, M. R. (2024). Hubungan Antara Kesepian dengan Celebrity Worship Pada remaja Akhir Penggemar K-Pop di fanbase NCT Indonesia. *Liberosis: Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling*, 2.
- Parawangsa, K. I., Hasanah, M., & Sholichah, I. F. (2023). The Relationship Between Psychological Well-Being with Celebrity Worship in K-Pop Fans using Twitter. *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHIC)*, 127-137.
- Rafdinal, W., Juniarti, C., & Ardianti, I. (2023). *Perkembangan Hallyu Di Indonesia: Pemasaran Budaya Korea Selatan Melalui K-Drama dan K-Pop*. Indonesia: Dewa Publishing.
- Rizqiyah & Faristiana, A. R. (2023). PENGARUH KOREAN WAVE DALAM FASHION STYLE REMAJA INDONESIA. JURNAL ILMIAH PENDIDIKAN KEBUDAYAAN DAN AGAMA. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Kebudayaan dan Agama*, 11–20.
- Sari, A. R., Wafa, M. A., & Sadiqin, S. (2023). Twitter Sebagai Media Komunikasi (Studi Content Analysis Penggemar K-Pop Pada Komunitas Once Kalimantan Selatan). *Repository Unsika*, 1-8.
- Sarwono, J. (2009). Memadu pendekatan kuantitatif dan kualitatif: mungkinkah? *UKRIDA Language Training Center (ULTC)*, 119-132.
- Savitri, D., & Wahyunengsih. (2020). The Effect of K-Pop Fanaticism on Sosial Media Coverage @tanyakanrl's Twitter Account. *Mukasi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 203-214.
- Shatira & Sukmarini, A. V. (2023). Disonansi Kognitif Kpopers Indonesia Terkait Cancel Culture sebagai Dampak dari Media Korea "Dispatch" (Studi pada Penggemar Seungri di Twitter. *Universitas Fajar*, 7369–7377.
- Sitorus, S.U. and Fakhur Rozi. (2023). Komunikasi Interpersonal Penggemar BTS dalam Pembentukan Cinta Diri. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 36-44.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. New York: Pearson Education.

Tangney, J., Baumeister, R., & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal Of Personality*, 271-322.

Utami, F. R., Sitasari, N. W., & Rozali, Y. A. (2021). Hubungan Kontrol Diri dengan Celebrity Worship pada Army BTS Dewasa Awal. *Psychommunity: Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul*, 43-53.