

# HUBUNGAN ANTARA *LONELINESS* DENGAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA ANGGOTA KOMUNITAS K-POP ARMY

Khofifah Hanifa Nida<sup>1</sup>, Ika Zenita Ratnaningsih<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275

[khofi.hanif@gmail.com](mailto:khofi.hanif@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan empiris antara *loneliness* dan *celebrity worship* pada anggota komunitas K-Pop ARMY. Sampel penelitian merupakan anggota Komunitas K-Pop ARMY di platform WhatsApp dan Twitter sejumlah 100 responden. Instrumen penelitian terdiri atas dua skala psikologis yaitu Skala *Celebrity Worship* (19 aitem,  $\alpha = 0.876$ ) dan Skala Kesepian (15 aitem,  $\alpha = 0.889$ ). Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara *loneliness* dengan *celebrity worship* ( $r = 0,354$ ;  $p < 0,001$ ). *Loneliness* berperan dalam meningkatkan kecenderungan individu untuk terlibat dalam *celebrity worship*. Individu dengan tingkat kesepian yang lebih tinggi cenderung menunjukkan keterlibatan emosional yang lebih kuat terhadap figur selebritas. *Loneliness* dapat memprediksi *celebrity worship* sebesar 12,5%. Kekuatan hubungan antar variabel yang berada pada kategori rendah menunjukkan bahwa *loneliness* bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi *celebrity worship*. Faktor lain di luar penelitian berpotensi memberikan kontribusi terhadap pembentukan perilaku *celebrity worship*.

Kata kunci: *loneliness*, *celebrity worship*, komunitas K-Pop ARMY

# **THE RELATIONSHIP BETWEEN LONELINESS AND CELEBRITY WORSHIP AMONG MEMBERS OF THE K-POP ARMY COMMUNITY**

**Khofifah Hanifa Nida<sup>1</sup>, Ika Zenita Ratnaningsih<sup>1</sup>**

**<sup>1</sup>Faculty of Psychology Diponegoro University**  
Prof. Mr. Sunario Street, Tembalang, Semarang, 50275

[khofi.hanif@gmail.com](mailto:khofi.hanif@gmail.com)

## **ABSTRACT**

This study aims to explain the empirical relationship between loneliness and celebrity worship among members of the K-Pop ARMY community. The sample consisted of 100 respondents from the K-Pop ARMY community on WhatsApp and Twitter. The research instrument consisted of two psychological scales: the Celebrity Worship Scale (19 items,  $\alpha = 0.876$ ) and the Loneliness Scale (15 items,  $\alpha = 0.889$ ). The results showed a significant positive relationship between loneliness and celebrity worship ( $r = 0.354$ ;  $p < 0.001$ ). Loneliness plays a role in increasing an individual's tendency to engage in celebrity worship. Individuals with higher levels of loneliness tend to show stronger emotional involvement with celebrity figures. Loneliness can predict celebrity worship by 12.5%. The strength of the relationship between variables, which is in the low category, indicates that loneliness is not the only factor influencing celebrity worship. Other factors outside the study have the potential to contribute to the formation of celebrity worship behavior.

Keywords: loneliness, celebrity worship, K-Pop ARMY community

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Fenomena *hallyu* atau *Korean wave* merupakan salah satu fenomena budaya yang berkembang pesat secara global dalam dua dekade terakhir. Istilah *hallyu* merujuk pada popularitas budaya Korea Selatan yang tersebar luas, seperti gelombang yang mengalir, ke seluruh dunia (Cheriyah & Hadi, 2022; Simbar, 2016). Drama Korea, musik K-Pop, makanan Korea, dan *merchandise* K-Pop merupakan beberapa bentuk budaya populer Korea Selatan yang paling umum dijumpai (Melisa dkk., 2023).

Berdasarkan angka pertumbuhan anggota komunitas *hallyu* di wilayah Asia, Indonesia memiliki angka pertumbuhan tertinggi kedua, yaitu mencapai 2,26 juta anggota (The Korea Foundation, 2024). Komunitas *hallyu* di Indonesia memiliki peran penting dalam mempromosikan budaya populer Korea Selatan melalui pertemuan antar penggemar yang diadakan secara daring maupun tatap muka. Terbentuknya dan berjalannya komunitas *hallyu* di Indonesia merupakan salah satu bentuk aktualisasi diri para penggemar untuk menciptakan ruang aman bagi anggotanya sehingga dapat saling berbagi informasi terkait idola K-Pop atau selebritas *hallyu*.

Secara global, peminat *hallyu* didominasi oleh penggemar musik *Korean Pop* atau K-Pop. Pada tahun 2023, The Korea Foundation mencatat bahwa 67,7% komunitas *hallyu* di dunia memiliki aktivitas yang berfokus pada *fandom* K-Pop (The Korea Foundation, 2024). Hasil survei Katadata Insight Center (2022) menunjukkan bahwa komunitas K-Pop di Indonesia didominasi oleh penggemar BTS, NCT, EXO, BLACKPINK, TWICE, dan Girls Generation. Tingginya angka percakapan mengenai K-Pop di Indonesia dapat dilihat berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan oleh Twitter dan juga TikTok pada platform media sosial. Hasil analisis Twitter menunjukkan bahwa Indonesia menduduki peringkat pertama sebagai negara dengan jumlah kicauan terbanyak mengenai K-Pop (Kim, 2021). Selain itu, hasil analisis TikTok juga menunjukkan hasil yang serupa, yaitu Indonesia menduduki peringkat pertama sebagai negara yang menyumbang volume video kreasi K-Pop tertinggi di platform TikTok (TikTok, 2021). Kedua data tersebut menunjukkan bahwa penggemar K-Pop di Indonesia memiliki frekuensi interaksi yang tinggi dengan konten mengenai idola atau selebritas K-Pop.

Aktivitas mencari serta berbagi informasi mengenai idola atau selebritas favorit merupakan salah satu manifestasi perilaku dari *celebrity worship*. *Celebrity worship* merupakan spektrum perilaku penggemar yang bermula dari perasaan kegaguman atau antusiasme terhadap idola, yang kemudian perasaan tersebut dapat berkembang menjadi perilaku yang menyentuh batas-batas psikopatologis (Sansone & Sansone, 2014). Penggemar dengan *celebrity worship* pada tingkatan terendah, yaitu *intense personal feeling* biasanya memiliki kecenderungan terhadap gejala depresi dan kecemasan (Maltby dkk., 2001). Selain itu, individu juga

memiliki kecenderungan terhadap kualitas hubungan yang buruk (McCutcheon dkk., 2016). Sedangkan, penggemar dengan *celebrity worship* pada tingkat patologis biasanya memiliki kecenderungan terhadap perilaku kriminal dan adiksi (Sheridan dkk., 2007).

Fenomena *celebrity worship* banyak ditemukan pada kelompok usia dewasa awal yang sedang mengalami fase transisi menuju kemandirian. Individu pada masa ini cenderung menunjukkan tingkat eksplorasi identitas yang tinggi dan pencarian makna sosial melalui figur publik yang diidolakan. Keterlibatan emosional terhadap selebritas menjadi sarana simbolik bagi individu untuk mengekspresikan identitas dan mendapatkan afiliasi sosial dalam kelompok penggemar (Arnett, 2000). Hasil penelitian Vania (2023) menunjukkan bahwa penggemar perempuan dewasa awal di Indonesia memiliki tingkat *celebrity worship* yang tinggi karena adanya kebutuhan emosional untuk mendapatkan kedekatan emosional dengan idola. Aktivitas penggemar dalam komunitas *hallyu* di Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi pembentukan jati diri kelompok di dunia digital. Media sosial memfasilitasi proses interaksi dan penyebaran materi digital (konten), yang memungkinkan terbentuknya jejaring emosional di antara penggemar meskipun tidak saling mengenal secara langsung. Identitas fandom kemudian berkembang menjadi bagian dari ekspresi diri yang bersifat sosial dan simbolik (Jenkins, 2018). Fenomena ini memperlihatkan bagaimana kelekatan terhadap idola tidak lagi bersifat pribadi, tetapi telah menjadi bagian dari budaya populer yang membentuk cara penggemar berinteraksi di dunia maya. Intensitas interaksi daring yang tinggi memperkuat rasa memiliki terhadap komunitas

fandom, namun juga berpotensi menimbulkan keterikatan emosional yang berlebihan terhadap figur selebritas yang diidolakan (George, 2020).

Penelitian Raviv dkk. (1996) menemukan bahwa intensitas pemujaan terhadap selebritas lebih tinggi pada individu berusia remaja akhir hingga dewasa awal dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Faktor usia dan jenis kelamin turut memperkuat dinamika ini, di mana perempuan lebih cenderung mengekspresikan kedekatan emosional terhadap figur selebritas sebagai bentuk keterlibatan sosial dan identifikasi diri (Brooks, 2021). Kondisi tersebut menjelaskan bahwa *celebrity worship* pada dewasa awal memiliki keterkaitan dengan karakteristik perkembangan psikososial yang menekankan kebutuhan akan afiliasi sosial, penerimaan diri, dan pencarian figur identitas di luar lingkungan nyata. Perilaku *celebrity worship* juga mencerminkan kebutuhan psikologis akan kelekatan dan regulasi emosi. Individu yang mengalami kesepian atau tekanan sosial cenderung menggunakan figur selebritas sebagai sarana kompensasi emosional untuk mengisi kekosongan afektif (Maltby dkk., 2003). Intensitas keterlibatan terhadap selebritas memungkinkan individu merasakan kehadiran simbolik yang memberikan kenyamanan dan rasa diterima, meskipun hubungan tersebut bersifat satu arah. Fenomena ini menunjukkan bahwa *celebrity worship* bukan sekadar bentuk kekaguman terhadap figur publik, melainkan hasil interaksi antara kebutuhan emosional dan konstruksi sosial media masa kini (Brooks, 2021).

Demografi penggemar K-pop di Indonesia secara umum dapat dilihat dari hasil survei IDN Times (Triadanti, 2019) mengenai “Kekuatan Ekonomi Fans K-pop di Indonesia”. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa demografi penggemar

K-pop di Indonesia didominasi oleh penggemar perempuan dengan persentase 92,1%, sedangkan presentase penggemar laki-laki hanya 7,9%. Berdasarkan sebaran usia, sebagian besar penggemar K-pop di Indonesia merupakan kelompok usia 20-25 tahun dengan presentase 40,7%, yang tergolong sebagai individu dewasa awal. Konteks sosial budaya di Indonesia memperlihatkan bahwa penggemar perempuan cenderung memaknai aktivitas fandom sebagai ruang aman untuk mengekspresikan diri dan membangun solidaritas sesama anggota komunitas (Cheriyah & Hadi, 2022). Aktivitas fandom tidak hanya berfokus pada konsumsi konten, tetapi juga pada bentuk dukungan emosional yang diberikan terhadap figur idola melalui kegiatan bersama seperti proyek donasi dan kampanye sosial. Perilaku ini memperkuat persepsi keterlibatan sosial dan memperluas makna kelekatan terhadap figur selebritas ke ranah moral dan emosional. Konteks gender dalam fandom menjadi faktor penting yang memengaruhi intensitas *celebrity worship*, karena perempuan lebih banyak mengekspresikan empati, afeksi, dan keterlibatan emosional dalam hubungan parasosial (Giles & Maltby, 2004).

Sebagai salah satu basis penggemar K-Pop terbesar di Indonesia, komunitas ARMY menjadi subjek yang sangat sering diteliti dalam kajian psikologi. Studi mengenai dinamika *celebrity worship* pada komunitas ARMY di Indonesia menunjukkan adanya dampak positif dan dampak negatif dari aktivitas pengidolaan. Dampak positif *celebrity worship* terhadap individu antara lain sebagai sumber dukungan sosial bagi individu (Maharani & Rahmasari, 2022). Sedangkan, dampak negatif yang dapat dialami oleh individu antara lain adalah perilaku fanatik yang mendorong individu kepada perilaku kecanduan, perilaku agresif, bahkan sampai

memutuskan hubungan pertemanan (Mutmainnah & Sokhivah, 2025). Dampak negatif tersebut tidak berhenti pada kerusakan fungsi sosial di ruang privat, melainkan meluas menjadi perilaku agresi di ruang publik digital. Tingginya tingkat *celebrity worship* membuat sebagian oknum penggemar kehilangan kontrol diri dalam berinteraksi di media sosial. Akibat akumulasi perilaku agresif yang tidak terkontrol ini, komunitas ARMY di media sosial sering kali mendapatkan label atau stigma negatif sebagai *toxic fandom* oleh netizen (Sihombing & Andini, 2022).

Manifestasi ekstrem dari dampak negatif ini tidak hanya berhenti di dunia maya, melainkan dapat bergeser menjadi perilaku agresi fisik dan pelanggaran hukum nyata melalui aksi *sasaeng fans*. Studi kasus mengenai *sasaeng fans* menyebutkan bahwa BTS pernah beberapa kali mengalami insiden penguntitan di hotel dan bandara, upaya menyentuh atau mencium anggota secara paksa, dan penyebaran informasi yang diperjualbelikan secara ilegal di platform online. Berbagai tindakan membahayakan ini pada akhirnya memaksa agensi BIGHIT MUSIC untuk mengambil jalur hukum pidana demi keselamatan sang artis (Anggraeni, dkk., 2025). Adanya berbagai dampak negatif tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan *celebrity worship* pada komunitas ARMY telah bergeser dari sekadar pemuasan hiburan menjadi perilaku yang destruktif bagi kehidupan sosial individu. Oleh karena itu, penelitian ini akan difokuskan untuk mengkaji mengenai faktor yang melandasi munculnya fenomena *celebrity worship* tersebut.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *celebrity worship*, diantaranya adalah faktor demografis, faktor kepribadian, faktor perilaku dan kognitif-perilaku, faktor kognitif hubungan dengan orang lain serta kesejahteraan psikologis (Brooks,

2021). Lebih lanjut, menggunakan kerangka *Absorption-Addiction Model* dapat dipahami bahwa salah satu faktor yang krusial dalam mempengaruhi *celebrity worship* adalah adanya keterbatasan dalam hubungan sosial atau kondisi psikologis yang tidak adaptif (Jia, dkk., 2023). Salah satu hal yang terkait dengan penjelasan tersebut adalah kesepian.

Kesepian merupakan kondisi emosional yang ditandai oleh ketidaksesuaian antara hubungan sosial yang diharapkan dengan hubungan sosial yang sebenarnya dimiliki individu. Weiss (1975) menjelaskan bahwa kesepian memiliki dua bentuk utama, yaitu kesepian emosional yang muncul akibat tidak adanya hubungan intim yang bermakna, dan kesepian sosial yang timbul karena kurangnya integrasi dalam jaringan sosial yang suportif. Peplau dan Perlman (1982) menambahkan bahwa kesepian bersifat subjektif, bukan hanya ditentukan oleh jumlah interaksi sosial, melainkan oleh persepsi individu terhadap kualitas hubungan yang dimilikinya. Kondisi ini mencerminkan kekosongan afektif yang dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis, menurunkan rasa memiliki, serta meningkatkan kebutuhan akan penerimaan sosial.

Fenomena kesepian pada individu juga dipengaruhi oleh perubahan pola interaksi sosial di era digital. Kehadiran media sosial memperluas ruang pertemanan, tetapi tidak selalu meningkatkan kualitas relasi interpersonal. Individu dapat terhubung secara virtual tanpa mengalami kedekatan emosional yang autentik, sehingga menimbulkan ketidaksesuaian antara koneksi digital dan isolasi emosional (Turkle, 2017). Interaksi yang didominasi oleh media daring menyebabkan pengalaman sosial menjadi dangkal dan kurang bermakna secara

afektif. Kondisi tersebut memperkuat perasaan terisolasi meskipun individu secara sosial tampak aktif. Kesepian yang bersumber dari hubungan digital yang tidak memuaskan sering kali mendorong individu untuk mencari alternatif sumber kelekatan melalui media hiburan dan figur publik yang dianggap mampu menghadirkan kedekatan simbolik (Nowland dkk., 2018).

Berdasarkan penelitian kuantitatif terhadap basis penggemar K-Pop di Indonesia, ditemukan bahwa mayoritas responden secara konsisten berada pada kategori kesepian tingkat sedang (Martini, 2024). Meskipun berada dalam tingkatan sedang dan belum tergolong kronis, kondisi ini mengindikasikan adanya permasalahan nyata dalam aspek interpersonal para penggemar. Fenomena tersebut dicirikan oleh munculnya persepsi negatif di lapangan, di mana para penggemar K-Pop sering kali merasa terisolasi, jarang merasa cocok atau memiliki kesamaan dengan lingkungan sekitar, hingga merasa kurang memiliki hubungan sosial yang bermakna di dunia nyata. Akibat dari tidak terpenuhinya kebutuhan emosional dan jarangya menemukan orang yang benar-benar memahami mereka di kehidupan sehari-hari, dunia *fandom* akhirnya menjadi ruang alternatif yang sangat diandalkan oleh para penggemar untuk mengalihkan atau mengatasi perasaan kesepian tersebut (Pamungkas, 2024).

Perasaan kesepian yang kronis berpotensi menimbulkan perilaku kompensasi emosional, termasuk pembentukan hubungan parasosial dengan selebritas. Hubungan parasosial merupakan ikatan psikologis satu arah di mana penggemar merasa dekat dengan figur publik meskipun figur publik tersebut tidak mengenalnya (Horton & Wohl, 1956). Individu yang mengalami kekosongan

afektif cenderung menyalurkan kebutuhan sosialnya melalui hubungan imajiner dengan figur publik yang dikagumi (Ashe & McCutcheon, 2001). Hubungan satu arah tersebut rentan tereskalasi ke tahap obsesif yang disebut sebagai *celebrity worship*. McCutcheon, dkk. (2002) melalui model *Absorption–Addiction* menjelaskan bahwa individu yang kesepian lebih rentan terserap ke dalam aktivitas pengidolaan secara berlebihan hingga menjadi perilaku adiksi. Dalam kondisi ini, selebritas berfungsi sebagai figur pengganti untuk memenuhi kebutuhan afeksi dan kompensasi psikologis atas kekosongan sosial di dunia nyata (Maltby, dkk., 2003). Akibatnya, hubungan parasosial yang awalnya berfungsi sebagai mekanisme adaptif semu ini berubah menjadi pemujaan yang tidak sehat. Sejalan dengan hal tersebut, Giles dan Maltby (2004) menemukan bahwa kesepian memiliki korelasi positif dengan intensitas *celebrity worship*, terutama pada dimensi emosional yang melibatkan keterikatan perasaan terhadap selebritas.

Terdapat penelitian yang telah mengkaji hubungan antara kesepian dengan *celebrity worship*, namun demikian ada kontradiksi hasil yang didapatkan. Penelitian Yuniarti dan Agustina (2023) menemukan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara *loneliness* dengan *celebrity worship* pada remaja pengguna *fan account* BTS di twitter. Sementara itu, penelitian yang dilakukan Suryaningsih, dkk. (2024) pada perempuan dewasa awal penggemar K-Pop menunjukkan hasil yang berbeda, dimana tidak ada hubungan antara kesepian dengan *celebrity worship*. Ketidakkonsistenan hasil tersebut diduga kuat terjadi karena adanya batasan metodologis dan kontekstual pada riset sebelumnya. Oleh karena itu, hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali mengenai

hubungan kesepian dengan *celebrity worship* pada komunitas K-Pop ARMY. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang berfokus pada kelompok usia tertentu, yaitu remaja (Yuniarti & Agustina, 2023) dan dewasa awal (Suryaningsih, dkk., 2024), penelitian ini akan menggunakan sampel usia responden yang lebih heterogen sehingga memperkuat generalisasi pada populasi komunitas ARMY Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga akan memperluas konteks media sosial ke platform yang lebih privat seperti komunitas whatsapp ARMY.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan oleh peneliti, rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana hubungan antara kesepian dan *celebrity worship* pada anggota komunitas K-Pop ARMY?”

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini disusun untuk menjelaskan hubungan empiris antara kesepian dan *celebrity worship* pada anggota komunitas K-Pop ARMY.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoretis**

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya disiplin ilmu psikologi pada umumnya, khususnya pada bidang psikologi sosial mengenai hubungan antara kesepian dan *celebrity worship* pada anggota komunitas K-Pop ARMY.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi:

- a. Pembaca, yaitu untuk memberikan informasi mengenai hubungan antara kesepian dan *celebrity worship* pada anggota komunitas K-Pop ARMY.
- b. Peneliti lain, yaitu sebagai bahan pertimbangan dan perbandingan untuk penelitian yang serupa.