



Neuroticism dan Celebrity worship di Kalangan Penggemar Boy Group NCT (NCTzen): Sebuah Eksplorasi Psikologis

Sefiana Larashanty¹, Sarita Candra Merida²

^{1, 2} Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia

Correspondent: sarita.candra@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstrak

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara neuroticism terhadap *celebrity worship* pada penggemar boygroup NCT (NCTzen). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana. Subjek dalam penelitian ini merupakan usia remaja hingga dewasa awal dengan rentan 14 hingga 25 tahun yang merupakan penggemar dari boygroup NCT yang berdomisili Kota Bekasi dengan teknik pengambilan sampelnya yaitu non-probability sampling yang menggunakan metode purposive sampling. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 172 orang. Teknik pengambilan data menggunakan skala likert. Hasil dari penelitian ini ditemukan adanya pengaruh antara kepribadian neuroticism terhadap *celebrity worship* dengan signifikansi (p) sebesar 0,001 ($p < 0,05$) yang artinya (H_a) diterima dan (H_o) ditolak. Nilai korelasi yang didapatkan sebesar 0,793 dan menunjukkan hubungan yang kuat namun hasil uji kategorisasi mendapatkan hasil neuroticism pada tingkat sedang dan *celebrity worship* pada tingkat rendah.

Kata kunci: *Celebrity worship*; *neuroticism*; tipe kepribadian; kpop.

Abstract

Abstract: This study aims to determine the influence between neuroticism on celebrity worship in fans of the NCT boy group (NCTzen). This research uses quantitative methods with simple linear regression methods. The subjects in this study were adolescents to early adults aged 14 to 25 years who were fans of the NCT boy group who lived in Bekasi City with the sampling technique, namely non-probability sampling using purposive sampling method. The participants in this study totaled 172 people. The data collection technique used a Likert scale. The results of this study found an influence between neuroticism personality on celebrity worship with a significance (p) of 0.001 ($p < 0.05$) which means (H_a) is accepted and (H_o) is rejected. The correlation value obtained is 0.793 and shows a strong relationship but the categorization test results get the results of neuroticism at a moderate level and celebrity worship at a low level.

Keywords: *Celebrity worship*; *neuroticism*; personality type; kpop

Pendahuluan

Teknologi yang semakin maju membuat industri pasar musik pun semakin berkembang dari tahun ke tahun, termasuk musik dari korea selatan yang sering dikenal dengan “Korean Pop” atau sering disebut dengan K-Pop. Banyaknya selebriti Kpop berbakat yang populer karena makin melejitnya pendengar, industri musik K-Pop pun telah melahirkan ratusan grup musisi berbakat salah satunya adalah NCT. Dalam survey yang dilakukan peneliti kepada 30 orang penggemar K-Pop di Kota Bekasi dengan hasil yang didapatkan 60% adalah grup NCT dengan peminat terbanyak sisanya disusul oleh group lain. Dibanding grup yang lain, NCT memiliki keunikan sendiri karena memiliki konsep limitless yaitu memiliki anggota yang cukup banyak dan akan terus bertambah (Rachmawati & Nugrahawati, 2022). maka tidak heran jika penggemar NCT didominasi oleh remaja hingga dewasa.

Pada tahun 2022 salah satu konser NCT 127 di Indonesia berhasil habis terjual tidak sampai 2 jam, hal ini membuktikan banyak penggemar yang ingin melihat langsung selebriti kesukaannya. Pada Mei 2024 unit NCT lain yaitu NCT Dream juga sukses menggelar konser di stadion madya GBK. Pengaruh budaya KPop di Indonesia pun juga terlihat dari banyaknya penggemar mengikuti komunitas dari grup yang disukai, juga terlihat dari banyaknya jumlah pengikut selebriti K-pop di sosial media dan juga jumlah penyuka postingan yang terus bertambah menjadi bukti bahwa banyaknya penggemar yang menggemari mereka. Tak jarang juga ditemukan komentar penggemar dari postingan selebriti K-pop yang berharap di *notice* oleh selebriti, seperti “*marry me*”, “*be my husband*” dan semacamnya oleh penggemar yang sangat mengagumi secara berlebihan. Hal ini pun sejalan dengan pernyataan Maltby et al. (2003) yang mengatakan bahwa perilaku mengagumi yang dimiliki penggemar kepada selebriti merupakan bersifat satu arah dan ingin selalu terlibat di kehidupan selebriti sehingga dapat disebut sebagai *Celebrity worship*.

Menurut Maltby et al. (2006) *celebrity worship* merupakan identitas diri pada individu yang memuja selebriti dengan adanya tujuan untuk kepuasan diri dan identitas individu. Dijelaskan juga bahwa terdapat tiga tingkatan yang menggambarkan perilaku *celebrity worship*, antara lain *entertainment social*, *intense personal* dan *borderline pathological tendency*. Banyak penggemar yang saling mengikuti di sosial media seperti X, instagram, twitter, tiktok dan Youtube, banyak juga yang tergabung dalam aplikasi khusus untuk berinteraksi dengan selebriti kesukaannya seperti weverse, bubble dan sejenisnya. Tak jarang penggemar menunggu notifikasi postingan maupun siaran langsung dari selebriti kesukaannya, banyak pula ditemukan di media sosial bahwa penggemar akan merasakan kecemasan, merasa kosong dan tak semangat apabila sudah lama tidak mendapatkan kabar mengenai selebriti kesukaannya (Widya, 2024). Apabila selebriti melakukan rehat atau hiatus yang panjang penggemar banyak yang mengekspresikan rasa rindunya, terlebih ketika selebriti kesukaannya mengalami kasus dan terkena bullying dari non fans. Contohnya pada salah satu anggota NCT yang bernama Lucas terjerat tuduhan tidak mendasar sehingga membuat ia harus keluar dari grup dan hiatus dari dunia musik, banyak fans yang merasa terpukul, hingga merasa cemas dan kosong ketika selebriti kesukaannya itu mengalami hal yang berat hingga membuat penggemar pun ikut merasakan kesedihan yang mendalam ketika melihat postingan di media sosial mengenai selebriti kesukaannya itu.

Kondisi yang dialami penggemar sejalan dengan penjelasan oleh Maltby et al. (2001) bahwa adanya korelasi antara *celebrity worship* dengan indikator masalah psikologis. Hal ini pun berkaitan dengan pola perilaku individu yang memiliki karakteristik tinggi dengan cenderung kearah cemas, mengasihani diri sendiri, emosional dan rentan stress dapat diartikan sebagai kecenderungan neurotisme. Neurotisme merupakan salah satu dimensi dari *Big Five Personality* yang dikembangkan oleh (Costa & McCrae, 1990) Neurotisme dapat didefinisikan sebagai bentuk penyesuaian dan ketidakstabilan emosional yang kronis seperti merasakan gekisah, cemas. McCrae juga menekankan bahwa Neurotisme adalah bentuk dari faktor yang

signifikan dalam memahami gangguan ataupun psikopatologi secara umum. Tingginya neurotisme pada individu pun rentan tertekan secara psikologis seperti kesulitan menoleransi sesuatu karena tidak sesuai dengan keinginan hati.

Individu dengan tingkat neurotisisme yang tinggi cenderung memiliki regulasi emosi yang kurang stabil, mudah merasa cemas, khawatir, marah, atau sedih dalam menghadapi tekanan sehari-hari. Sifat ini tidak hanya memengaruhi kondisi emosional, tetapi juga berdampak pada fungsi kognitif dan fisiologis individu. Secara psikologis, individu dengan neurotisisme tinggi lebih rentan terhadap gangguan kecemasan karena mereka sering menafsirkan situasi netral sebagai ancaman dan menunjukkan *hyperarousal* terhadap stresor lingkungan. Misalnya, seseorang dapat merasa gelisah berlebihan menjelang situasi sosial atau akademik yang sebetulnya tidak berisiko tinggi. Kondisi tersebut sering kali diikuti oleh reaksi psikosomatis, seperti sakit kepala, nyeri otot, gangguan pencernaan, atau gangguan tidur, yang muncul sebagai manifestasi fisik dari ketegangan emosional yang tidak terselesaikan (Rahmi et al., 2023; Siregar et al., 2023).

Dalam konteks kepribadian, neurotisisme berperan sebagai faktor predisposisi terhadap berbagai masalah psikologis, karena individu yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini umumnya menunjukkan sensitivitas yang lebih besar terhadap kegagalan, penolakan sosial, atau konflik interpersonal. Oleh sebab itu, memahami peran neurotisisme menjadi penting dalam kajian perilaku dan kesehatan mental, termasuk ketika menelaah fenomena sosial seperti keterikatan emosional yang berlebihan terhadap suatu kelompok, figur publik dan/ atau selebritas (Safrilsyah et al., 2024).

Penggemar yang terlibat *celebrity worship* mayoritas dianggap sebagai individu yang kurang dewasa dan kurang bertanggung jawab, karena selai didukung oleh faktor usia dimana banyaknya penggemar K-pop adalah berawal dari masa remaja hingga dewasa awal yang pada usia tersebut fokus utamanya adalah sekolah dan idealnya masih mendapatkan uang saku dari orang tuanya. menurut (Hurlock, 2012; Hurlock, 1980) bahwa esensinya masa remaja adalah masa peralihan ke dewasa yang mana akan mencoba gaya hidup yang berbeda dan membentuk pola perilaku, nilai dan sifat yang sesuai dengan diri individu. pada masa ini pun individu masih melihat dunia melalui kacamataanya sendiri dan hanya melihat orang lain sebagaimana yang mereka inginkan, sehingga emosi pun cenderung meninggi hingga muncul rasa kecewa dan sakit hati pada orang lain apabila ada yang membuat kecewa.

Berdasarkan data survey peneliti, didapatkan dari mayoritas 30 responden yang berpartisipasi memberikan keterangan bahwa sering berbohong ke orang tua demi alasan membeli merchandise K-pop atau datang ke event K-pop dan meninggalkan kewajibannya sebagai pelajar/mahasiswa. Apabila individu tidak mengikuti kegiatan tersebut cenderung merasakan gelisah dan cemas, rasa cemas ini pun erat dengan salah satu aspek dari neurotisme yaitu anxiety. Penelitian mendukung oleh (Pakasi et al., 2024) bahwa adanya korelasi yang kuat antara perilaku *celebrity worship* dengan karakteristik neurotisme, dengan gambaran bahwa individu yang menunjukkan perilaku *celebrity worship* adalah suatu bentuk penghiburan dari kecenderungan neurotisme dan merasa mendapat dukungan dari selebriti yang disukai.

Pada penelitian (Inferlambang et al., 2023) menunjukkan bahwa faset dari neuroticism yaitu angry hostility, impulsiveness, dan self-consciousness berkaitan dengan bentuk *celebrity worship* pada aspek entertainment social. Adapun hubungan antara neuroticism dengan aspek entertainment social *celebrity worship* dapat diketahui melalui kegiatan mencari informasi dan selalu memantau aktivitas terbaru selebriti favorit. adapun penelitian lain oleh (Handoko et al., 2024) menemukan bahwa penggemar dengan *celebrity worship* adalah bentuk penghiburan dan kecenderungan dalam merasakan emosi negatif, penelitian tersebut juga

menunjukkan hubungan yang kuat antara *celebrity worship* dengan dimensi Big Five personality khususnya neurotisme dan kesetujuan. merujuk pada hasil penelitian sebelumnya adanya korelasi dari tipe kepribadian neurotisme dengan perilaku *celebrity worship* adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang kini dilakukan adalah berdasar dari subjek yang dituju yaitu tidak secara general pada penggemar KPop namun terkhusus pada penggemar NCT saja. Perbedaan lain juga peneliti tidak meneliti secara simultan namun memfokuskan hanya pada salah satu dimensi pada Big Five Personality yaitu neurotisme, hal ini menjadi alasan penting karena penelitian mengenai neuroticism dengan *celebrity worship* di Indonesia masih jarang ditemui. Hal ini pun masih relevan untuk mengkaji fenomena *celebrity worship* Khususnya di wilayah Kota Bekasi untuk memberikan gambaran awal mengenai pengaruh antara neuroticism.

Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan tipe pendekatan kuantitatif dengan jenis metode yaitu regresi linear sederhana. Penelitian ini menggunakan dua variabel yang dimana tipe kepribadian neurotisme sebagai variabel independen kemudian *celebrity worship* sebagai variabel dependent. variabel neurotisme menggunakan NEO-PIR (*NEO Personality Inventory Revised*) oleh (Costa & McCrae, 1992), instrumen variabel neurotisme dalam penelitian ini menggunakan 41 aitem favorable yang telah diuji coba sebelumnya uji coba sebanyak 48 aitem dengan hasil reliabilitas yang didapatkan sebesar 0,953. Pada variabel *Celebrity worship* dalam penelitian ini menggunakan alat ukur CAS (*Celebrity Attitude Scale*) oleh (Maltby et al., 2005) dengan jumlah aitem sebanyak 28 aitem yang telah diuji coba, sebelum uji coba terdapat 34 aitem. Hasil reliabilitas yang didapat sebesar 0,938. Model dari penelitian ini mencari pengaruh antara variabel independen yaitu neuroticism (X) terhadap variabel dependen yaitu *celebrity worship* (Y).

Partisipan dalam penelitian ini sebanyak 172 responden dengan kriteria laki – laki dan perempuan, tergabung dalam NCTzen lebih dari satu tahun, berusia 14 - 25 tahun dan berdomisili Kota Bekasi. Hal ini pun masih relevan untuk mengkaji fenomena *celebrity worship* Khususnya di wilayah Kota Bekasi untuk memberikan gambaran awal mengenai pengaruh antara neuroticism terhadap *celebrity worship* pada konteks lokal. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan teknik non-probability sampling yang menggunakan metode purposive sampling. Pemilihan wilayah didasarkan karena tingginya antusiasme penggemar di wilayah ini, selain itu pula karena Bekasi termasuk kedalam wilayah Jabodetabek dimana aktivitas *celebrity worship* cenderung tinggi, sehingga penemuan pada penelitian ini lebih menekankan gambaran lokal dibanding generalisasi. Skala dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan empat pilihan jawaban yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat tidak Sesuai (STS). Pemilihan Skala 4 pilihan dimaksudkan agar responden memberikan jawaban yang lebih tegas sehingga menghindari pilihan netral dan mencerminkan kecenderungan sikap yang jelas. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk memprediksi seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi JASP dan SPSS ver 25 for windows.

Tabel 1.
Blueprint variabel Neuroticism

Aspek	Sebelum Uji Coba	Setelah Uji Coba
Kecemasan (<i>Anxiety</i>)	1*,2,3*,4,5*,6,7,8,	2,5,6,7,8,
Iritabilitas (<i>Angry hostility</i>)	9.10,11,12*,13,14,15,16	9.10,11,13,14,15,16

Depresi (<i>Depression</i>)	17,18,19,20,21,22,23,24	17,18,19,20,21,22,23,24
Kesadaran diri (<i>Self-Consciousness</i>)	25,26,27,28,29,30,31,32	25,26,27,28,29,30,31,32
Impulsivitas (<i>Impulsiveness</i>)	33,34,35,36,37,38,39,40*	33,34,35,36,37,38,39,
Kerentanan (<i>Vulnerability</i>)	41,42,43,44,45,46*,47,48*	41,42,43,44,45,47
Total	48	41

keterangan: aitem yang gugur adalah aitem dengan nilai sig >0,05.

Tabel 2.
Blueprint variabel celebrity worship

Aspek	Sebelum Uji Coba	Setelah Uji Coba
Hiburan Sosial (<i>Entertainment Social</i>)	15,16,17,18,19,20,21	15,16,17,18,19,20,21
Keterikatan emosional (<i>Intens Personal feeling</i>)	1*,2,3*,4*,5,6*,7*,8,9, 10,11,12,13,14	,2,5,8,9,10,11,12, 13,14
Batasan patologi (<i>Borderline Pathological</i>)	22,23,24,25,26, 27,28,29,30,31, 32*,33,34	22,23,24,25,26, 27,28,29,30,31, 33,34
Total	34	28

keterangan : aitem yang gugur adalah aitem dengan nilai sig >0,05.

Hasil

Profil Responden

Penelitian ini dilakukan di Kota Bekasi dengan jumlah responden sebanyak 172 orang yang sesuai dengan karakteristik yang tentunya merupakan penggemar boygroup NCT. Responden berkisar pada usia dengan rentan 14 hingga 25 tahun yang berdomisili Kota Bekasi dan sudah menjadi penggemar lebih dari satu tahun.

Tabel 3.
Data Pesebaran Subjek Penelitian

	Profil	N	Presentase
Gender	Laki – laki	28	16.3%
	Perempuan	144	80.8%
Usia	14 – 16	4	2.3%
	17 - 19	26	14.5%
	20 – 22	112	65.7%
	23 – 25	30	17.4%
Domisili	Bekasi Timur	63	36.6%
	Bekasi Selatan	49	29.1%
	Bekasi Utara	33	19.2%
	Bekasi Barat	27	15.1%
Lama Menjadi Penggemar	1 – 2 tahun	79	44.8%
	≥ 3 tahun	93	55.2%
Total		172	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa partisipasi responden perempuan lebih dominan dengan total 144 orang (80,8%) dibanding laki - laki dengan total 28 orang (16,3%). Jika dilihat pada aspek usia, responden terbagi dalam empat kategori yaitu rentang usia 14-16 tahun dengan total 4 orang (2,3%) yang merupakan kelompok usia paling sedikit, kemudian usia 17-19 tahun berjumlah 26 orang (14,5%), selanjutnya mayoritas responden berada pada rentang usia 20-22 tahun dengan total 112 orang (65,7%) terakhir responden dengan usia 23-25 tahun dengan total 30 orang (17,4%) yang menempati posisi kedua terbanyak. kemudian berdasarkan domisili responden yaitu Bekasi Timur dengan jumlah responden sebanyak 63 orang (36,6%), Bekasi Selatan sebanyak 49 orang (29,1%), Bekasi Utara sebanyak 33 orang (19,2%) dan Bekasi Barat sebanyak 27 orang (15,1%). Kemudian berdasarkan kategori lama menjadi penggemar, mendapatkan penggemar dengan durasi 1-2 tahun sebanyak 79 orang dan penggemar yang lebih dari tiga tahun sebanyak 93 orang (55,2%).

Uji Asumsi

Tabel 4.
Uji Asumsi

	Uji Normalitas <i>Kolmogorov-smirnov</i>	Uji Linearitas <i>Deviation form linierity</i>
Sig.	0.088	0.176
Keterangan	Uji asumsi terpenuhi	Uji asumsi terpenuhi

Hasil dari uji asumsi pada penelitian ini dengan hasil uji normalitas yang menggunakan One Sample Kolmogorov- Smirnov diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,088 dengan $p > 0,05$ yang artinya uji asumsi terpenuhi. Pada uji Linearitas dengan Deviation from Linearity dengan hasil sebesar 0,176 dengan $p > 0,05$ yang artinya uji asumsi terdistribusi secara linear. Jadi, berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal dan kedua variabel mempunyai hubungan yang linear.

Uji Kategorisasi

Penelitian ini juga melakukan kategorisasi berdasarkan variabel, untuk variabel Neuroticism mendapatkan Mean empirik (\bar{x}) dengan hasil 77.31, Mean hipotetik (μ) dengan hasil 102.5, dan standar deviasi (σ) dengan hasil 20.5. kemudian pada variabel *Celebrity worship* mendapatkan Mean empirik sebesar (\bar{x}) 84, Mean hipotetik (μ) dengan hasil 70, dan Standar deviasi (σ) sebesar 14. Berdasarkan perhitungan kategorisasi, maka hasil skor kategorisasi pada kedua variabel sebagai berikut :

Tabel 5.
Kategorisasi skor Neuroticism

kategorisasi	Batas Skor	N	Presentase
Tinggi	>123	52	30.2%
Sedang	82 - 123	98	57%
Rendah	<82	22	12.8%
Total		172	100%

Berdasarkan hasil tabel kategorisasi skor neuroticism, terlihat bahwa dari 172 responden, sebanyak 52 responden (30,2%) berada dalam kategori tinggi, lalu 98 responden (57%) berada pada kategori sedang dan 22 responden (12,8%) berada pada kategori rendah.

Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa kecenderungan neurotisme di Kota Bekasi berada pada kategori sedang, yang berarti Sebagian besar responden memiliki kerentanan emosional namun relative mampu mengendalikan diri dalam menghadapi tekanan.

Tabel 6.
Kategorisasi skor Celebrity Worship

Kriteria	Batas Skor	N	Presentase
Tinggi	>140	0	0%
Sedang	84 - 140	60	34.9%
Rendah	<84	112	65.1%
Total		172	100%

Berdasarkan hasil tabel kategorisasi skor celebrity worship, dari 172 responden bahwa tidak ada yang masuk ke kategori tinggi, namun sebanyak 60 responden (34,9%) termasuk kedalam kategori sedang, dan 112 responden (65,1%) termasuk kedalam kategori rendah. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa responden berada pada *celebrity worship* yang rendah yang berarti mereka menyukai selebriti favoritnya namun tidak sampai berlebihan yang mengganggu kegiatan sehari – hari.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *pearson product moment* untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh antara Neuroticism terhadap *Celebrity worship* serta apakah ke arah positif atau negatif. Uji korelasi diartikan sebagai hubungan antar variabel yang memiliki skor bergerak dari 0 sampai 1 (Periantalo, 2016). Juga digunakan untuk mengetahui kerekatan hubungan antara dua variabel dikarenakan kedua variabel terdistribusi normal dan terhubung secara linier (Sugiyono, 2017).

Uji Korelasi

Tabel 7.
Hasil Uji Korelasi

		Neuroticism	Celebrity worship
Neuroticism	Pearson Correlation	1	0.793
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	172	172
Celebrity worship	Pearson Correlation	0.793	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	172	172

****.** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Berdasarkan hasil uji korelasi pada tabel diatas, bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,793** dengan taraf signifikansi ($p < 0,001$) ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara neuroticism dengan *celebrity worship* pada penggemar NCT di Kota Bekasi. Dengan demikian, hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti semakin tinggi tingkat neuroticism individu maka semakin besar pula kecenderungan mereka dalam *celebrity worship*.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 8.
Hasil Uji Anova

<i>Model</i>		<i>Sum of squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean square</i>	<i>f</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	25112.053	1	25114.053	288.843	0.000b
	Residual	14780.993	170	86.947		
	Total	39895.047	171			

a. *Dependent Variable: Celebrity worship*

b. *Predictors : (Constant), neuroticism*

Berdasarkan hasil uji regresi pada tabel di atas diketahui bahwa *neuroticism* secara signifikan dengan nilai $F = 288.843$ dan nilai signifikansinya sebesar $p = 0,001$ ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *neuroticism* berpengaruh signifikan terhadap *celebrity worship* pada penggemar NCT di Kota Bekasi. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat *neuroticism* individu, semakin besar kecenderungan mereka untuk terlibat dalam perilaku *celebrity worship*.

Model summary

Tabel 9.
Model Summary

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0.793	0.630	0.627	9.32454

Predictors : (constant), neuroticism

Berdasarkan hasil dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa kolom R sebesar 0,793 dan nilai R square sebesar 0,630 yang menunjukkan 62% *neuroticism* memberikan sumbangan efektif, sedangkan sisanya sebanyak 37% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel. Nilai R sebesar 0,793 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara *neuroticism* dan *celebrity worship*. Sementara itu, nilai R square sebesar 0,630 berarti bahwa *neuroticism* memberikan sumbangan efektif sebesar 62% terhadap *celebrity worship*, sedangkan sisanya sebesar 37% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian, seperti self-esteem, kebutuhan afiliasi, kontrol diri, maupun faktor sosial-budaya.

Coefficients

Tabel 10.
Coefficients

<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	
1	(constant)	21.878	3.338		6.553	0.000
	Neuroticism	0.508	0.030	0.793	16.995	0.000

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan regresi sederhana, yaitu $Y = a + Bx$ maka : $Y = 21,878 + 0,508 x$, sehingga menunjukkan apabila individu kurang memiliki *neuroticism* maka kecenderungannya pada *celebrity worship* sebesar 21,878. sedangkan setiap kenaikan 1% pada *neuroticism* akan meningkatkan pula nilai *celebrity worship* sebesar 0,508. Hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa apabila individu memiliki *neuroticism* yang rendah, maka kecenderungannya pada *celebrity worship* tetap berada pada angka 21,878. Selain itu, setiap peningkatan satu poin pada *neuroticism* akan meningkatkan nilai *celebrity worship* sebesar 0,508. Hal ini menegaskan adanya kontribusi positif dari *neuroticism* terhadap perilaku *celebrity worship* pada responden.

Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi antara neuroticism terhadap *celebrity worship* yang bersifat kuat. Hasil yang ditemukan bahwa penggemar NCT di Kota Bekasi memiliki tingkat *Celebrity worship* yang rendah. Hal ini menandakan bahwa meskipun responden memiliki tingkat neuroticism sedang, namun tidak serta – merta menyalurkan kerentanan emosionalnya kedalam aktivitas *celebrity worship* yang berlebihan. Dengan kata lain, adanya faktor yang mempengaruhi rendahnya *celebrity worship* di Kota Bekasi seperti gaya hidup atau prioritas hidup yang lebih penting dibanding mengikuti kegiatan *celebrity worship*. Dibanding kota besar lain seperti Jakarta yang banyak fasilitas atau tempat untuk mengadakan acara K-Pop, kurangnya fasilitas di Bekasi menjadi alasan rendahnya minat dalam idolizing juga obsesif terhadap selebriti.

Temuan ini pun sejalan dengan (McCutcheon et al., 2002) bahwa usia berhubungan negatif dengan perilaku *celebrity worship*, karena semakin tua seseorang maka semakin rendah keterlibatannya dalam *celebrity worship*. Penelitian terbaru oleh (Djingga et al., 2024) menunjukkan bahwa usia berperan pada intensitas *celebrity worship*, dimana semakin bertambah usia, tingkat *celebrity worship* cenderung menurun, sehingga individu dewasa muda memiliki kecenderungan yang lebih rendah dibanding remaja. Sejalan pula oleh temuan dari (Yasmin et al., 2020) pada remaja SMA, dimana tingkat *celebrity worship* cenderung lebih tinggi.

Pada penelitian ini variabel neurotisme mendapatkan hasil pada tingkat sedang, meskipun masih memiliki indikasi kecemasan atau kecenderungan emosional yang kurang stabil, responden pada penelitian ini cenderung memiliki kapasitas diri yang baik dalam meregulasi emosi dan tidak menjadikan rasa kecemasan / tekanan diri untuk menunjukkan obsesif ke selebriti sebagai pelarian utama (Costa & McCrae, 1992).

Berdasarkan hal tersebut, sejalan dengan teori oleh (Maltby et al., 2004) bahwa perilaku *celebrity worship* akan meningkat secara signifikan pada individu apabila neuroticism-nya tinggi, terutama bisa ada kombinasi dari faktor psikologis lain seperti rasa kesepian, kebutuhan akan validasi atau stres kronis. Faktanya pada penelitian ini responden tidak menonjolkan perilaku *celebrity worship* yang berlebihan dikarenakan faktor demografis (usia, domisili) sehingga menjadi penyangga terhadap dampak neuriticism pada *celebrity worship*.

Secara praktis, temuan ini memberikan beberapa implikasi. Pertama bagi profesional seperti psikolog/ psikiatri dan pendidik bahwa penting untuk memberikan pendampingan kepada remaja atau mahasiswa yang cenderung memiliki neuroticism yang cenderung tinggi agar dapat mengelola kecemasan dan emosi tanpa menyalurkan kepada kegiatan *celebrity worship* yang berlebihan hingga mengganggu keseharian. Program psikoedukasi juga perlu dilakukan mengenai regulasi emosi, manajemen stress, serta pemahaman diri agar dapat membantu dalam menyalurkan emosi ke arah yang lebih adaptif. Kedua untuk keluarga dapat memberikan peningkatan literasi media dan membangun komunikasi yang sehat kepada remaja agar mendapatkan pemahaman yang baik mengenai budaya populer dari dunia fandom yang dikagumi, sehingga orang tua dapat mengarahkan minat anak agar tidak mengganggu akademik maupun sosialnya. Ketiga bagi peneliti selanjutnya, untuk kajian yang lebih luas dengan membandingkan wilayah lain di Indonesia, mengingat penelitian ini hanya sebatas wilayah Kota Bekasi saja.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisa yang dilakukan maka pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kepribadian neuroticism terhadap perilaku *celebrity worship* pada penggemar NCT di Kota Bekasi. Hasil yang didapatkan adalah tingkat neuroticism pada kategori sedang, kemudian tingkat *celebrity worship* pada kategori rendah, namun hal tersebut tergolong normal mengingat banyaknya kebutuhan hidup lain yang perlu

diprioritaskan dalam hidup individu. Berdasarkan hasil penelitian ini yang hanya sebatas wilayah Kota Bekasi saja sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas. maka untuk penelitian berikutnya dapat memperluas cangkupan wilayah responden, melakukan perbandingan antar-fadom, serta menambahkan variabel lain seperti self-esteem, loneliness, atau dukungan sosial, dengan demikian kajian mengenai neuroticism terhadap *celebrity worship* dapat memberikan gambaran yang lebih komperhensif.

Acknowledgement

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terlibat atas dukungan selama proses penelitian ini. Ucapan terima kasih disampaikan juga kepada para responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Penulis juga berterima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta masukan selama penyusunan penelitian ini.

Referensi

- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1990). Personality disorders and the five-factor model of personality. *Journal of Personality Disorders*, 4(4), 362–371. <https://doi.org/10.1521/pedi.1990.4.4.362>
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). The five-factor model of personality and its relevance to personality disorders. *Journal of Personality Disorders*, 6(4), 343–359. <https://doi.org/10.1521/pedi.1992.6.4.343>
- Djingga, A., Widya Winata, M., & Agustina, &. (2024). Differences in Celebrity Worship Among Women in Terms Age. *International Journal of Application on Social Science and Humanities*, 2(1), 120–124.
- Handoko, F. A., Rahaju, S., & Siaputra, I. B. (2024). Fanatisme Penggemar K-Pop Indonesia: Identitas Fandom, Tipe Kepribadian, Dan Pemujaan Selebritas Pada Penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 11, 55–74. <https://doi.org/10.24854/jpu714>
- Hurlock, E. B. (2012). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan (Alih Bahasa Istiwidayanti)* (5th Ed.). Erlangga.
- Hurlock, E. B. 1980. (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta:Penerbit Erlangga. In *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta:Penerbit Erlangga.
- Inferlambang, Monicaningtyas., Widyorini, E., & Sumijati, S. (2023). Self-esteem, neuroticism, dan celebrity worship pada remaja penggemar K-pop. *SINTA* 3, 5(no.1). <https://doi.org/https://doi.org/10.26555/jptp.v5i1.25899>
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2005). 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. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.07.004>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.07.004>
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Martin, M. M., & Cayanus, J. L. (2004). Celebrity worship, cognitive flexibility, and social complexity. *Personality and Individual Differences*, 37(7), 1475–1482. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.02.004>
- Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29. <https://doi.org/10.1097/00005053-200301000-00005>
- Maltby, J., McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., & Houran, J. (2001). The Self-Reported Psychological Well-Being of Celebrity Worshipers. *North American Journal of Psychology*, 3(3), 441.
- 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>
- Pakasi, N. C. M., Mandang, J. H., & Hartati, M. E. (2024). Hubungan Antara Big Five Personality Trait dengan Celebrity Worship pada Penggemar K-pop di Manado dan Minahasa. *Psikopedia*, 5(1), 115–126.

- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi* (1st ed.). Pustaka belajar.
- Rachmawati, Exsha, V., & Nugrahawati, Nuraeni, E. (2022). Pengaruh Religiusitas terhadap Celebrity Worship pada Dewasa Awal Penggemar K-Pop Fandom NCTzen. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(1), 137–146. <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.778>
- Rahmi, N., Ridha, U., & Yasa, R. B. (2023). Perbedaan Kecemasan Menghadapi Pernikahan Ditinjau Dari Jenis Kelamin Pada Dewasa Awal di Kecamatan Krueng Barona Jaya Kabupaten Aceh Besar. *Fathana*, 1(1), 33–45. <https://doi.org/10.22373/fjpa.v1i1.524>
- Safrilsyah, S., Karjuniwati, K., Damanhuri, D., Suud, F. M., Subhan, S., Darusman, M. R., & Maghfirah, W. (2024). Dhikr Rateeb Siribee and its Effect in Reducing Anxiety Among the MPTT-I Aceh Congregation Members. *Ulumuna*, 28(1), 535–553. <https://doi.org/10.20414/ujiis.v28i1.1014>
- Siregar, M. R. R., Safrilsyah, S., & Karjuniwati, K. (2023). Hubungan Kecemasan Dengan Kecenderungan Psikosomatis di SMA Negeri 3 Banda Aceh. *Fathana*, 1(1), 25–32. <https://doi.org/10.22373/fjpa.v1i1.523>
- Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Widya, R. J. (2024). FOMO? SIAPA TAKUT! Mari merangkul Kehidupan dari Kecemasan ke Ketenangan. *Binus University*.
- Yasmin, J., Nurhudaya, & Nandang, B. (2020). Profile of celebrity worship tendency. *Journal of Education and Human Resources How*, 1(1), 61–67.