

**PENGARUH *CELEBRITY WORSHIP* DAN KESEPIAN TERHADAP
KECENDERUNGAN ADIKSI INTERNET PADA REMAJA
PENGEMAR K-POP**

***THE EFFECT OF CELEBRITY WORSHIP AND LONELINESS ON
INTERNET ADDITIONAL TRENDS IN ADOLESCENT K-POP FANS***

Okmy Intan Cahyani¹, Alif Muhammad Zakaria², Faatihatul Ghaybiyyah^{3*}

¹Klinik Utama Santia

²Pascasarjana *Interdisciplinary Islamic Studies* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

³Program Studi Bimbingan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah UIN Syarif Hidayatullah
Jakarta

*Corresponding Author

E-mail: alifmuzas1307@gmail.com

Abstract

Korean music, also known as K-Pop, is currently being loved by teenagers. This study aims to analysis the effect of celebrity worship and loneliness together and partially on the tendency of internet addiction in adolescent K-Pop fans. The sample in this study was determined through a purposive sampling technique with the characteristics of young K-pop fans, the number of samples that were obtained was 210 people. Data collection techniques used three types of scales, namely, the celebrity worship scale consisting of 21 items ($\alpha = 0.897$), the loneliness scale consisting of 11 items ($\alpha = 0.920$), and the internet addiction tendency scale consisting of 27 items ($\alpha = 0.903$). The data analysis technique is multiple linear analysis. The results showed that there was a significant positive effect between celebrity worship and loneliness with internet addiction tendencies in K-Pop fans, there was a positive influence between celebrity worship and internet addiction tendencies, and there was a positive relationship between loneliness and internet addiction tendencies.

Keywords: *Celebrity Worship, Loneliness, Internet Addiction, Teenagers*

Abstrak

Berbagai peristiwa di beberapa daerah menimbulkan perpecahan karena Musik Korea atau yang dikenal K-Pop saat ini tengah disukai oleh kalangan remaja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity worship* dan kesepian secara bersama-sama dan parsial terhadap kecenderungan adiksi internet pada remaja penggemar K-Pop. Sampel pada penelitian ini ditentukan melalui teknik *purposive sampling* dengan karakteristik remaja penggemar K-pop, jumlah sampel yang berhasil didapat sebanyak 210 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan tiga jenis skala yaitu, skala *celebrity worship* terdiri 21 butir ($\alpha = 0,897$), skala kesepian yang terdiri 11 butir ($\alpha = 0,920$), dan skala kecenderungan adiksi internet yang terdiri 27 butir ($\alpha = 0,903$). Adapun teknik analisis data adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara *celebrity worship* dan kesepian dengan kecenderungan adiksi internet pada remaja penggemar K-Pop, terdapat pengaruh positif

antara *celebrity worship* terhadap kecenderungan adiksi internet, dan terdapat hubungan positif antara kesepian terhadap kecenderungan adiksi internet.

Kata Kunci: *Celebrity Worship*, Kesepian, Adiksi Internet, Remaja

PENDAHULUAN

Masa peralihan yang dialami remaja mengakibatkan remaja berada pada situasi yang rentan akan masalah dan juga tekanan yang didapat dari lingkungan di sekitarnya. Seorang remaja memiliki keinginan untuk terlepas dari belenggu pengawasan orang tua dengan tujuan agar bisa menjadi individu yang mandiri. Namun hal tersebut berpotensi memicu masalah lain pada diri seorang remaja. Salah satu penyebabnya adalah keinginannya untuk menjadi lebih mandiri tidak diimbangi dengan hubungan yang erat dengan orang lain. Hubungan dengan orang lain yang kurang tersebut kemudian dapat bermutasi menjadi perasaan terisolasi secara sosial sehingga tumbuh menjadi perasaan kesepian.

Baron dan Byrne (2005) mengungkapkan bahwa seorang remaja rentan mengalami kesepian. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Laursen dan Hartl (2013) bahwa kesepian yang dialami oleh remaja diakibatkan oleh perubahan yang terjadi pada masa perkembangan. Kesepian sendiri adalah reaksi emosional dan kognitif yang timbul terhadap suatu kondisi ketika individu mempunyai sedikit hubungan sosial yang tidak memuaskan karena tidak sesuai dengan harapan (Hidayati, 2016).

Penelitian yang dilakukan Wei et al. (2005) menunjukkan bahwa mahasiswa yang mengalami kesepian

berakibat munculnya gejala depresi. Selain itu remaja yang mengalami kesepian juga rentan akan pemikiran untuk bunuh diri (Page, 2006).

Kesepian yang diakibatkan oleh kegagalan dalam membangun hubungan sosial di kehidupan sehari-hari mendorong individu untuk melakukan pemenuhannya melalui dunia maya atau internet. Internet dengan segala kemudahan dan juga kecepatan yang ditawarkan kepada penggunanya menjadi salah satu pilihan bagi remaja untuk menjadi pelarian dan juga media mencari hiburan serta membangun relasi yang tidak didapat di dunia nyata. Kemudahan serta kecanggihan yang ditawarkan internet membuat siapa saja rela untuk menghabiskan waktu berjam-jam untuk mengaksesnya.

Fakta ini selaras dengan pernyataan dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII, 2017) yang menyatakan bahwa penggunaan internet di Indonesia mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Tahun 2016 orang yang menggunakan internet mencapai 132,7 juta jiwa, kemudian pada tahun 2017 naik sebesar 143,26 juta jiwa. Dikutip dari berita [tecno.kompas.com](https://www.tecno.kompas.com) (2022) bahwa sebanyak 49,52% pengguna internet di Indonesia adalah orang-orang dengan rentang usia 19-34 tahun.

Faktor pemicu maraknya orang mengakses internet ini juga beriringan dengan berkembangnya fenomena *hallyu wave* (gelombang Korea) atau K-

Pop. Saat ini, fenomena tersebut menjadi salah satu topik yang sangat digemari oleh orang-orang di berbagai penjuru dunia termasuk Indonesia. Fenomena *hallyu wave* ini terdiri dari 4 bagian yang menjadi komoditas ekspor ke pasar Internasional, diantaranya yaitu *hallyu* (K-Drama), *hallyu* (K-Pop), *hallyu* (K-Food) dan *hallyu* (Fashion) (Topan & Ernungtyas, 2020).

Berdasarkan studi kualitatif yang dilakukan Puspitasari dan Hermawan (2013) di Solo pada siswa SMP, SMA dan mahasiswa diketahui bahwa penggemar *Korean wave* paling banyak adalah siswa SMA (remaja). Mereka yang terobsesi dengan selebritis, film, program televisi, band dan lain-lain disebut dengan fans (Hills, 2002). Fans mengetahui segala informasi tentang selebriti favoritnya melalui media yang menimbulkan sebuah hubungan parasosial yang disebut *celebrity worship* (Maltby et al., 2005). Menurut Raviv et al. (1966) pemujaan adalah salah satu dimensi pengidolaan yang merupakan bentuk kekaguman dengan intensitas yang tidak biasa dan penghormatan terhadap idola. *Celebrity worship* didefinisikan sebagai perilaku obsesi individu untuk terlalu terlibat di setiap kehidupan selebriti sehingga terbawa dalam kehidupan sehari-hari individu tersebut (Maltby et al., 2003).

Fans akan rela berjam-jam berselancar di dunia maya untuk memenuhi keinginannya agar merasa lebih dekat serta tidak tertinggal informasi. Hal tersebut dalam penelitian yang dilakukan oleh Juliana, Theodora

dan Yustina (2019) menunjukkan bahwa perilaku *celebrity worship* membuat seseorang lebih sering menghabiskan waktu untuk menonton film, video, mencari informasi tentang selebriti favoritnya dengan waktu yang relatif lama.

Hasil penelitian yang relevan menunjukkan bahwa *celebrity worship* berkaitan dengan beberapa karakter negatif dalam diri individu (Reeves, Baker, & Truluck, 2012). Level *celebrity worship* yang tinggi berkaitan dengan tingginya disfungsi sosial, gejala-gejala somatis, kecemasan dan depresi. Penelitian lainnya menunjukkan bahwa *celebrity worship* berkaitan dengan level religiusitas yang rendah dan kemampuan kognisi yang buruk dalam hal berpikir kritis, fleksibilitas, dan kreativitas (Martin, Cayanus, & McCutcheon, 2003).

Internet sebenarnya dibuat untuk membantu memenuhi kebutuhan manusia, namun di balik itu juga bisa menimbulkan dampak negatif karena penggunaannya yang kurang tepat, sehingga menimbulkan perilaku adiksi atau yang dikenal dengan adiksi internet (*internet addiction*). *Internet Addiction disorder* (IAD) dikenal pertama kali pada tahun 1995 oleh Goldberg, dia menjelaskan bahwa *internet addiction disorder* adalah sebuah patologi gangguan, terlalu seringnya seseorang dalam menggunakan internet, serta berbagai perilaku dan kontrol impuls (Saliceti, 2015). Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity worship* dan kesepian



secara bersama-sama dan parsial terhadap kecenderungan adiksi internet pada remaja penggemar K-Pop.

METODOLOGI

Pendekatan & Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan uji korelasional. Menurut Arikunto (2006) penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

Penelitian ini dilakukan melalui media sosial dengan menyebarkan kuisioner dengan bantuan aplikasi *google formulir* melalui berbagai platform sosial media. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2021.

Besarnya populasi yang menjadi sasaran dalam penelitian ini karena keterbatasan penelitian sehingga peneliti menetapkan jumlah sampel yang didapatkan minimal 100 orang. Adapun teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* atau yang dapat diartikan sebagai penentuan sampel yang memiliki karakteristik dan sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut ini karakteristik sampel penelitian ini:

1. Remaja usia 11-21 tahun (Sarwono, 2000);
2. Remaja penggemar K- Pop;
3. Sudah menyukai K- Pop setidaknya selama 1 tahun;
4. Berdomisili di Jabodetabek.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui instrumen skala yang dibuat dan

dimodifikasi sesuai dengan aspek, indikator yang disajikan menggunakan skala Likert dengan 2 jenis aitem yakni *favorable* dan *unfavorable*. Sebelum digunakan sebagai instrumen penelitian, skala ini diuji validitas dan reliabilitasnya. Skala *Celebrity Whorsip* diperoleh dari hasil modifikasi pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sabila Mezura (2019). Skala Kesepian menggunakan skala UCLA *loneliness scale* milik Russel yang terdiri atas 3 aspek yaitu *personality*, *social desirability* dan *depression*. Sedangkan Skala Kecenderungan *Internet Addiction* didasarkan pada aspek-aspek yang disusun oleh Griffiths (2008).

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, uji asumsi dan uji hipotesis dengan bantuan software SPSS. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas, linieritas, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas. Adapun uji hipotesis terdiri dari analisis regresi dengan teknik analisis regresi linier berganda, Uji t (parsial), Uji Koefisien Determinasi (R²), dan Uji F (simultan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Statistika deskriptif

Penelitian ini dilakukan selama 3 (tiga) hari berturut – turut dan berhasil mengumpulkan responden sebanyak 210 remaja penggemar K-Pop yang berdomisili di Jabodetabek. Responden terdiri atas laki – laki dan perempuan dengan rentang usia 11-21 tahun dan didominasi oleh perempuan sebanyak 96,2% dan laki – laki hanya 3,8%.

Berikut sebaran data deskriptif statistik yang menjeaskan nilai maksimum, minimum, rata-rata (*mean*), dan STD.

Berdasarkan olah data dari hasil distribusi frekuensi dari setiap variabel seperti yang terlihat pada Tabel 1 dapat diketahui kategori tinggi, sedang dan

Tabel 1. Kategori *Celebrity Worship*

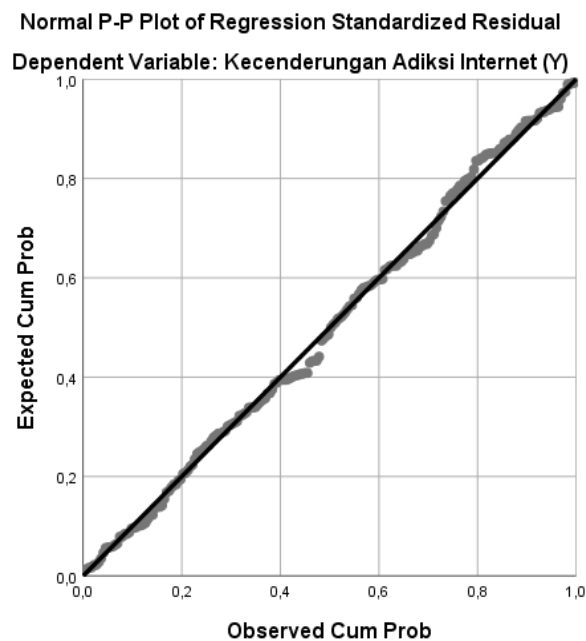
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	32	15,2	15,2	15,2
	Sedang	144	68,6	68,6	83,8
	Tinggi	34	16,2	16,2	100,0
	Total	210	100,0	100,0	

rendah. Secara keseluruhan responden pada penelitian ini berada pada kategori sedang dengan persentase sebesar 68,6% untuk *celebrity worship*, 45,6% untuk kesepian dan 62,4% untuk variabel kecenderungan adiksi internet.

Uji normalitas

Berdasarkan uji normalitas data dengan menggunakan *probability pot* menunjukkan bahwa titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah

garis histogram menuju pola distribusi normal seperti yang terlihat pada Gambar 1. Hal tersebut menandakan bahwa variabel dependen memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Uji linearitas

Berdasarkan hasil uji linieritas nilai signifikansi *linearity* variabel X1 terhadap Y sebesar 0,000 atau kurang

dari 0,05 sedangkan nilai signifikansi *deviation from linearity* variabel X1 terhadap Y sebesar 0,678 atau lebih besar dari 0,050. Sedangkan hasil uji



linieritas nilai signifikansi *linearity* variabel X2 terhadap Y sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 sedangkan nilai signifikansi *deviation from linearity* variabel X2 terhadap Y sebesar 0,229 atau lebih besar dari 0,050 artinya data pada penelitian ini terdistribusi linier.

Uji Multikolonieritas

Berdasarkan hasil uji, nilai *tolerance* seluruh variabel independen > 0,10. Di samping itu, nilai VIF seluruh variabel independen juga < 10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolonieritas yang berarti semua variabel dapat digunakan.

Uji Heteroskedastistas

Berdasarkan uji Glejser diperoleh hasil signifikansi variabel C sebesar 0,266 dan X2 (0,788) lebih dari 0.050 artinya data

variabel independen pada penelitian ini terhindar dari gejala heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk menguji penelitian dengan model uji regresi linier berganda.

Uji Hipotesis

Uji regresi linier berganda

Berdasarkan hasil koefisien-koefisien regresi seperti yang terlihat pada Tabel 2 dapat dibentuk model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b X_1 + b X_2 + e$$

$$Y = 13,622 + 0,596 X_1 + 0,526 X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan apabila konstanta sebesar positif 13,622 artinya apabila variabel X1 dan X2 bernilai nol (0) atau nilainya tetap (konstan), maka variabel Y memiliki nilai sebesar 13,622.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,622	3,388		4,021	,000
	Celebrity Worship (X ₁)	,596	,068	,485	8,750	,000
	Kesepian (X ₂)	,526	,088	,332	6,000	,000

a. Dependent Variable: Kecenderungan Adiksi Internet (Y)

Koefisien regresi variabel X1 sebesar 0,465 dan X2 sebesar 0,332 artinya terjadi peningkatan variabel X1 dan X2 sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan peningkatan terhadap variabel Y sebesar 48,5 %. dan 33,2%.

Masing – masing koefisien bernilai positif yang berarti bahwa arah hubungan variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y searah yang dimana apabila variabel X1 dan X2 naik maka variabel Y naik.



Uji T (Parsial)

Berdasarkan hasil uji T seperti yang terlihat pada Tabel 3 diperoleh nilai t hitung sebesar 8,750 dimana thitung lebih besar dari t tabel $8,750 > 1,971$, serta

diperoleh nilai signifikansi variabel X1 terhadap variabel Y sebesar $0,000 < 0,05$, di mana H_0 ditolak dan H_1 diterima. Variabel X1 juga menyumbang sebesar 0,485 atau 48,5% terhadap Y.

Tabel 3. Uji T Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,622	3,388		4,021	,000
	Celebrity Worship (X1)	,596	,068	,485	8,750	,000
	Kesepian (X2)	,526	,088	,332	6,000	,000

a. Dependent Variable: Kecenderungan Adiksi Internet (Y)

Pada variabel X2 diperoleh nilai thitung sebesar 6,000 dan thitung lebih besar dari ttabel $6,000 > 1,971$, serta diperoleh nilai signifikansi variabel X2 terhadap variabel Y sebesar $0,000 < 0,050$, di mana H_0 ditolak dan H_1 diterima. Variabel X2 secara parsial berpengaruh terhadap Y sebesar 0,332 atau 33,2%.

Maka dapat disimpulkan bawah terdapat terdapat pengaruh antara *celebrity worship* terhadap kecenderungan adiksi internet, dan terdapat pengaruh antara kesepian terhadap kecenderungan adiksi internet,

sehingga hipotesis pertama dan kedua pada penelitian ini diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil uji determinasi (R²) diperoleh nilai adjusted R Square 0,482 atau 48,2%. Angka tersebut menunjukkan besar pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y secara gabungan, sedangkan sisanya 51,8% dipengaruhi oleh faktor variabel lain di luar penelitian ini atau nilai error. Adapun hasil uji tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	,698 ^a	,487	,482	8,93455	2,093	

a. Predictors: (Constant), Kesepian (X2), Celebrity Worship (X1)



b. Dependent Variable: Kecenderungan Adiksi Internet (Y)

Uji F (Simultan)

Tabel 5 menunjukkan hasil uji F simultan antara variabel X terhadap variabel Y. Berdasarkan penghitungan SPSS nilai Fhitung 98,128 untuk dapat mengetahui apakah hipotesa null ditolak

atau diterima maka nilai Fhitung dibandingkan dengan Ftabel = Ftabel 208 = 3,04 maka dapat dilihat bahwa nilai Fhitung lebih besar daripada nilai Ftabel (98,128 > 3,040), dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05.

Tabel 5. Uji F Simultan ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	15666,404	2	7833,202	98,128	,000 ^b
Residual	16524,020	207	79,826		
Total	32190,424	209			

a. Dependent Variable: Kecenderungan Adiksi Internet (Y)

b. Predictors: (Constant), Kesepian (X₂), Celebrity Worship (X₁)

Dengan demikian, H₀ ditolak H_a diterima yang artinya variabel X₁ dan X₂ jika diuji secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel Y. Maka dapat disimpulkan bahwasanya terdapat pengaruh antara *celebrity worship* dan kesepian terhadap kecenderungan adiksi internet, sehingga hipotesis ini diterima.

Pembahasan

Pada penelitian ini perilaku *celebrity worship* memiliki hubungan yang positif terhadap kecenderungan adiksi internet. Di mana setelah dilakukan uji parsial menunjukkan hasil nilai t hitung sebesar 8,750 di mana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 8,750 > 1,971, serta diperoleh nilai signifikansi variabel X₁ terhadap variabel Y sebesar 0,000 cenderung adiksi terhadap internet, di samping

internet sebagai media pemenuhannya. Hal ini sejalan dengan pendapat yang diungkapkan oleh Nasution (2018) bahwa kegemaran terhadap idola atau *celebrity worship* memicu seseorang menjadi banyak menghabiskan waktu dan juga materi. Penggemar menghabiskan waktunya berjam-jam di depan komputer atau *handphone* agar tidak tertinggal berita mengenai idola kesukaanya.

Penelitian oleh Aini (2019) menunjukkan bahwa remaja penggemar Korean Pop menunjukkan bahwa adanya perilaku *celebrity worship* pada tingkat *intense personal feeling* dibuktikan dengan aktivitasnya seperti tidak pernah terlewatkan untuk mencari berita atau informasi mengenai idola favoritnya di sosial media, aktif menonton musik video atau MV dari idolanya dan



memiliki barang – barang yang berhubungan dengan idolanya.

Selanjutnya pada variabel X2 terhadap Y diperoleh nilai t hitung sebesar 6,000 dan t hitung lebih besar dari t tabel $6,000 > 1,971$, serta diperoleh nilai signifikansi variabel X2 terhadap variabel Y sebesar $0,000 < 0,050$, di mana $p\text{-value} < \alpha (0,05)$ dan berpengaruh sebesar 0,332 atau 33,2%. Maka dapat disimpulkan apabila variabel X2 (kesepian) naik maka variabel Y (kecenderungan adiksi internet) juga naik, hasil ini menunjukkan hubungan yang positif antara keduanya.

Weiten (2006) menyebutkan bahwa media sosial dianggap sebagai salah satu cara untuk mengurangi kesepian karena dapat membentuk persahabatan secara *online*. Sehingga individu yang mengalami kegagalan dalam hubungan sosialnya di kehidupan nyata memenuhi kebutuhannya dengan menggunakan media lain dalam hal ini melalui internet.

Kesepian yang dialami oleh seseorang juga dapat mengembangkannya preferensinya terhadap interaksi sosial yang dapat menjebak pada adiksi internet (Caplan, 2003). Selain itu, kesepian juga memiliki hubungan yang erat dengan kecanduan internet dan depresi, di mana individu yang mengalami kesepian akan kecanduan internet dengan tingkat yang lebih tinggi pendapat tersebut diungkap oleh Weiss (dalam Demir & Mustafa, 2016).

Hasil analisis data penelitian mengenai hubungan *celebrity worship*

dan kesepian terhadap kecenderungan adiksi internet pada remaja penggemar K-POP, diperoleh nilai R square 0,487 atau 48,7%, $p\text{-value} 0,00 < 0,05$, dan $F_{hitung} 98,128$ lebih besar dari $F_{tabel} = 3,04$. Berdasarkan hasil analisis regresi tersebut dapat dikatakan bahwa variabel *celebrity worship* dan kesepian secara bersama – sama memiliki hubungan dengan kecenderungan adiksi internet.

Koefisien regresi yang diperoleh dari setiap variabel independen memiliki nilai positif, hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, dengan kata lain hipotesis yang diajukan oleh peneliti berarti diterima. Dalam hal ini variabel *celebrity worship* dan kesepian menyumbang 48,7% dalam mempengaruhi kecenderungan adiksi internet. Di mana masih terdapat 51,3% faktor – faktor lain yang mempengaruhi dan belum dikaji oleh peneliti.

Secara umum hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara *celebrity worship* dan kesepian terhadap kecenderungan adiksi internet pada remaja penggemar K-Pop, namun hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan pada semua remaja penggemar K- Pop yang memiliki karakteristik yang berbeda. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menambahkan variabel–variabel lain yang belum disertakan serta memperluas ruang lingkungannya.

Sejauh ini, sepanjang pengamatan peneliti, penelitian yang mengkaitkan antara *celebrity worship* dan kesepian dengan kecenderungan



adiksi internet baru sekali ini dilaksanakan. Dalam penelitian yang selanjutnya diharapkan untuk lebih memperhatikan variabel – variabel terkait yang lain yang berhubungan dengan kecenderungan adiksi internet juga menemukan hasil yang lebih baik dengan penyempurnaan teknik, alat ukur, prosedur serta menambahkan rung lingkup yang lebih luas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *celebrity worship* dan kesepian dengan kecenderungan adiksi internet pada remaja penggemar K-Pop. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *celebrity worship* dengan kecenderungan adiksi internet pada remaja penggemar K-Pop. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kesepian dan kecenderungan adiksi internet pada remaja penggemar K-Pop.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti mempunyai saran yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya. Saran bagi remaja, seorang remaja yang mengalami *celebrity worship* diharapkan untuk lebih mengontrol diri. Memiliki seorang idola sebenarnya bukan perilaku yang buruk namun harus tetap rasional dan tidak terlalu memfokuskan diri terhadap kehidupan idola. Seorang idola bisa dijadikan sebagai motivasi agar kita lebih bersemangat belajar dan meraih

cita – cita. Idola juga bisa dijadikan waktu istirahat saat kita penat dengan kehidupan sehari – hari, namun tetap memiliki skala prioritas yang baik. Seorang remaja juga perlu adanya skala prioritas dan manajemen waktu yang baik untuk menjalankan kehidupan yang lebih baik pula.

Saran bagi orang tua, diharapkan orang tua untuk lebih memperhatikan perkembangan serta kegiatan apa saja yang dilakukan anak. Seorang remaja masih memiliki sifat yang labil sehingga perhatian dari orang tua sangat diperlukan dalam masa-masa ini. Seorang anak perlu diberikan tanggung jawab, kontrol diri serta pendampingan yang intens dari orang tua agar tidak terjadi hal – hal negatif yang mungkin terjadi. Selain itu orang tua juga diharapkan membangun komunikasi yang baik dan interaktif terhadap kegiatan-kegiatan anak. Orang tua perlu mengetahui apa yang sedang digemari anak supaya bisa mengawasi dan memberikan kontrol yang baik, sehingga anak tetap berada dalam pengawasan orang tua, dan terhindar dari perilaku negatif yang dapat ditimbulkan dari kegemaran anak tersebut.

Serta yang terakhir adalah saran bagi peneliti selanjutnya. Untuk peneliti yang selanjutnya diharapkan untuk melakukan kajian yang lebih mendalam terhadap variabel–variabel ini. Salah satunya dengan menggunakan metode campuran yaitu kualitatif dan kuantitatif secara bersamaan sehingga lebih banyak aspek – aspek yang bisa diungkap. Selain itu peneliti selanjutnya juga bisa

menambahkan variabel-variabel terkait lain yang berhubungan dengan adiksi internet juga menemukan hasil yang lebih baik dengan penyempurnaan teknik, alat ukur, prosedur serta menambahkan ruang lingkup yang lebih luas. Adanya keterbatasan peneliti dalam mendeteksi jumlah pasti dari responden penelitian, maka peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya melakukan penelitian pada suatu komunitas yang jumlahnya sudah diketahui.

UCAPAN TERIMA KASIH

Taka da gading yang tak retak, layaknya tak ada mawar yang tidak berduri, penulis menyadari bahwa masih kurang sempurnanya tulisan ini oleh karena itu penulis ucapkan terima kasih kepada para pembimbing Ibu Dr. Muna Erawati, M.Si, Ibu Qurrotu Ayun, M.Psi, Bapak Prof. Dr. Sangidu, M.Hum, dan Bapak Awla Akbar Ilma, M.A. Terima kasih atas semangat, dorongan, dan bimbingan yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Baron, R.A. dan Byrne, D. (2005). *Psikologi sosial*. Edisi kesepuluh: jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Caplan, S. E. (2003). Preference for online social interaction: A theory of problematic Internet use and psychosocial well-being. *Communication Research*, 30(6), 625–

648. <https://doi.org/10.1177/0093650203257842>.

- Griffiths, M. D. (2008). Diagnosis and Management of Video Game Addiction. *New Directions in Addiction Treatment and Prevention*, 12, 27-41.
- Hidayati, D. S. (2016). SELF COMPASSION DAN LONELINESS. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 3(1), 154 –. <https://doi.org/10.22219/jipt.v3i1.2136>.
- Laursen, B., & Hartl, A. C. (2013). Understanding Loneliness during Adolescence: Developmental Changes That Increase the Risk of Perceived Social Isolation. *Journal of Adolescence*, 36, 1261-1268. <http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2013.06.003>.
- 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.
- Martin, Matthew & JL, Cayanus & McCutcheon, Lynn & Maltby, John. (2003). Celebrity worship and cognitive flexibility. *North American Journal of Psychology*. 5. 75-80.
- Puspitasari, Wulan dan Hermawan, Yosafat. (2013). Gaya Hidup Penggemar K-Pop (Budaya Korea) dalam Mengekspresikan



- Kehidupannya Studi Kasus K-Pop Lovers di Surakarta. *Sosialitas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosiologi-Antropologi*.
- Reeves, R. A., Baker, G. A., & Truluck, C. S. (2012). Celebrity worship, materialism, compulsive buying, and the empty self. *Psychology & Marketing*, 29(9), 674–679. <https://doi.org/10.1002/mar.20553>.
- Salicetia, Francesca. (2015). Internet Addiction Disorder (IAD). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 191. 1372-1376. 10.1016/j.sbspro.2015.04.292.
- Sarwono. (2000). *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Weiten, W. (2003). *Psychology applied to modern life/Wayne Weiten (-)*. Australia: Thomson.
- Wei, Meifen., Russel, Daniel W dan Zakalik, Robyn A. (2005). Adult Attachment, social self Efficacy, self disclosure, Loneliness, and Subsequent depression for Freshman College students: a Longitudinal Study. *Journal of counseling Psychology*. Vol 2 no.4. 604-614.
- Page, R.M. (2006). *Hopelessness & loneliness among suicide attempters in school-based samples of Taiwanese, Philippine & Thai adolescents*. *School Psychology International*, 7.583-596.
- <https://apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>
Diakses pada 13 Agustus 2021.
- <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/10/19350007/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022?page=all> Diakses pada 16 Agustus 2022.
- Benu, J. M. Y., Takalapeta, T., & Nabit, Y. (2019). Perilaku celebrity worship pada remaja perempuan. *Journal of Health and Behavioral Science*, 1(1), 13-25.
- Topan, D. A., & Ernungtyas, N. F. (2020). Preferensi Menonton Drama Korea Pada Remaja. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(1), 37-48.
- Hills, Matt. 2002. *Fan Culture*. Psychology Press.
- Raviv, A., Bar-Tal, D., Raviv, A., & Ben-Horin, A. (1996). Adolescent Idolization of Pop Singers: Causes, Expressions, and Reliance. *Journal of Youth and Adolescence*, 25, 631-650.
- Mezura, S. (2019). Hubungan Kontrol Diri dengan Celebrity Worship Pada Dewasa Awal Penggemar K-pop. *Universitas Negeri Jakarta*.
- Nasution, N. W. (2018). Hubungan Keterampilan Sosial Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Di Komunitas Korean Cultural Centre Medan. *Skripsi. Universitas Medan Area. Medan*.

Aini, T. N. (2019). *Hubungan celebrity worship dengan psychological well being pada remaja penggemar korean pop di All Fandom Kpopers Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Demir, Y & Mustafa, K. (2016). *The Relationship between Loneliness and Depression : Mediation Role of Internet Addiction*. EDUPIJ. Vol. 5. No. 2. Hlm. 97-105



Halaman ini sengaja dikosongkan untuk menggenapkan penomoran halaman

