

Overview of Celebrity Worship by Bangtan Boys (BTS) Fans in Early Adulthood

Gambaran Celebrity Worship Penggemar Bangtan Boys (BTS) Usia Dewasa Awal

Ni Luh Putu Maha Siora Puri¹, Ni Nyoman Ari Indra Dewi^{2*}, Dermawan Waruwu³

^{1,2}Program Studi Psikologi, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

³Program Studi Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(*) Corresponding Author: ariindradewi@undhirabali.ac.id

Article info

<p>Keywords: <i>Celebrity Worship, BTS Fans, Early Adulthood</i></p>	<p style="text-align: center;">Abstract</p> <p><i>Although young adult fans continue to engage in celebrity worship, the intensity of these activities ought to decrease with age. This study aims to describe the celebrity worship of Bangtan Boys (BTS) fans in early adulthood and to find out the factors that cause fans to still carry out celebrity worship activities in early adulthood. The research subjects were early adult fans, aged 20–25, who still do celebrity worship. This study uses a qualitative research method with a phenomenological approach. The results of this study show that the subject is between the stages of idolizing celebrities, finding entertainment in them, interacting with others, and having close personal relationships. The person is still having fun by watching music videos, listening to songs, getting new information, and sharing information with other fans. Intense personal feelings in the form of the role of BTS in the subject's life and imitation behavior by the three subjects. There are factors that influence the subject to still do celebrity worship in early adulthood, namely the subject's standardized criteria for an ideal partner and BTS as a source of happiness for the subject. So, it's clear that fans in their early 20s still worship celebrities. Two things contribute to this, and the subject still does fangirling things.</i></p>
<p>Kata kunci: <i>Celebrity Worship, Penggemar BTS, Dewasa Awal</i></p>	<p style="text-align: center;">Abstrak</p> <p>Kegiatan <i>celebrity worship</i> masih dilakukan oleh penggemar usia dewasa awal, yang seharusnya intensitas kegiatan <i>celebrity worship</i> akan menurun seiring bertambahnya usia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran <i>celebrity worship</i> penggemar Bangtan Boys (BTS) usia dewasa awal dan mengetahui faktor-faktor penyebab penggemar masih melakukan kegiatan <i>celebrity worship</i> di usia dewasa awal. Subjek penelitian adalah penggemar usia dewasa awal 20-25 tahun yang masih melakukan <i>celebrity worship</i>. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah subjek berada diantara tahapan <i>celebrity worship entertainment social</i> dan <i>intense personal</i>, subjek masih aktif dalam melakukan kegiatan <i>entertainment</i> dengan menonton <i>music video</i>, mendengarkan lagu, <i>update</i> informasi dan saling berbagi informasi dengan penggemar lainnya. Perasaan pribadi yang intens berupa peran BTS dalam kehidupan subjek dan perilaku imitasi yang dilakukan ketiga subjek. Terdapat faktor-faktor yang memengaruhi subjek masih</p>

melakukan *celebrity worship* di usia dewasa awal adalah subjek memiliki standarisasi kriteria pasangan ideal dan BTS sebagai sumber kebahagiaan bagi subjek. Disimpulkan bahwa penggemar usia dewasa awal masih melakukan *celebrity worship* karena dipengaruhi oleh dua faktor dan subjek masih aktif melakukan aktivitas *fangirling*.

PENDAHULUAN

Fenomena Budaya Korea yang disebut *Hallyu* tentu tidak asing terdengar, budaya populer asal Korea Selatan ini merupakan produk, bentuk ekspresi dan identitas yang sering ditemui, diterima dan disukai oleh masyarakat (Maharani, 2015). Penyebaran budaya Korea di Asia Tenggara pada tahun 2000 an termasuk di Indonesia (Ananta, 2022). Diawali dengan munculnya tayangan drama korea di stasiun televisi swasta sehingga menarik antusiasme masyarakat mulai membuka diri terhadap konsumsi budaya Korea. Selain tayangan drama, ada juga *fashion*, makanan dan tidak ketinggalan adalah musik K-Pop.

Musik K-Pop atau Korean pop merupakan musik yang menyuguhkan *vocal* yang diiringi dengan *music* dan juga dengan koreografi yang menjadi ciri khas dari K-Pop itu sendiri. Kehadiran *boygroup* Super Junior atau yang kerap disapa SuJu ini dikatakan menjadi tonggak awal hadirnya banyak *boygroup* dan juga *girlgroup* yang memasuki pasar musik Indonesia (Azzahra & Ariana, 2021). Salah satu idol K-Pop tersebut adalah Bangtan Boys (BTS), *Boygrup* asuhan BigHit Music belakangan ini banyak menarik perhatian dan mendominasi dunia menjadikan BTS sebagai *Global Superstar*.

Beberapa artikel menobatkan ARMY menjadi penggemar terbaik dengan beberapa alasan seperti, kuatnya interaksi yang dijalin antara BTS dengan penggemarnya baik secara langsung maupun melalui media sosial yaitu Twitter. Penggemar BTS juga dinobatkan sebagai kelompok penggemar terkuat dengan tinggi dan kompaknya dukungan penggemar kepada BTS untuk tampil dan menang di acara penghargaan musik korea dan luar negeri. Loyal dan setia juga patut disematkan kepada ARMY karena selalu mengikuti dan rela datang setiap konser diadakan (Milzeru, 2020).

BTS selalu mempunyai cara tersendiri untuk mendekati diri dengan penggemarnya. Interaksi yang terjalin antara idola dengan penggemar ini membuat penggemar merasa nyaman, dicintai, dimengerti dan mendapatkan dukungan dari idolanya (Zahra & Wulandari, 2021). Sebagai ungkapan rasa cinta, kasih sayang dan terima kasih yang ditunjukkan untuk idola, penggemar melakukan berbagai macam cara yang disebut dengan *fan culture*. Rasa cinta dan kegemaran akan Kpop melahirkan suatu fenomena pemujaan terhadap idola/selebri yang dinamakan dengan *celebrity worship*.

Celebrity worship didukung oleh Teori *Absorption Addiction* adalah Penyerapan psikologis dengan selebri sebagai upaya untuk membangun identitas diri dan rasa kepuasan. Motivasi yang kuat mendorong penyerapan ini menyebabkan ketergantungan yang mengarah pada perilaku yang lebih ekstrem (delusi) untuk mempertahankan kepuasan individu dengan hubungan parasosial (McCutheon, Lange & Houran, 2002). Tahapan *celebrity worship* terbagi menjadi tiga tahapan, pertama adalah *entertainment social* (hiburan sosial), tahap kedua adalah *intense personal* (perasaan pribadi yang intens) dan tahapan terakhir adalah *borderline pathological* (gangguan patologis) (Maltby, McCoutheon, Ashe, & Houran, 2001).

Penggemar umumnya melakukan *celebrity worship* pada usia remaja, remaja yang melakukan pemujaan selebri untuk memenuhi tugas perkembangannya saat mengalami krisis identitas sehingga perlu bantuan orang lain termasuk juga bantuan dari idol. Masa pemujaan akan lebih intens pada usia tersebut dan intensitas pemujaan akan semakin menurun seiring dengan bertambahnya usia (Laksono & Noer, 2019).

Berbanding terbalik dengan keadaan sewajarnya, beberapa dari penelitian terdahulu mengungkapkan perilaku *celebrity worship* masih ada pada masa dewasa awal. Individu dewasa awal masih melakukan *celebrity worship* karena mereka sulit berhenti dan sudah kecanduan dengan idolanya. *Avoid to stop* saat penggemar yang sudah terbiasa dengan kehadiran K-Pop pada saat remaja belum mampu untuk berhenti menyukai K-Pop karena merasa ada hal yang hilang dalam hidup penggemar (Dewi & Indrawati, 2019). Dewasa awal merupakan tahapan ke 6 keintiman *versus* isolasi, individu harus memulai hubungan positif dengan orang lain dan mulai berkomitmen. Individu yang gagal dalam tahap ini maka akan terisolasi secara sosial (Santrock, 2014).

Individu yang gagal pada tahap perkembangan ini akan memilih *figure* lain untuk membantunya melewati tahapan perkembangan ini. *Figure* yang dimaksud bisa jadi adalah selebriti favorit mereka. Seperti yang dialami oleh dua narasumber yaitu S dan K yang sangat menyukai BTS, kedua narasumber ini sudah hampir 7 tahun menjadi penggemar BTS dan terlihat melakukan kegiatan *celebrity worship*. Berikut hasil wawancaranya:

“pertama kali tu kecantol sama Namjoon (RM) omg ganteng banget sampai sekarang Namjoon, yang buat aku suka sama K-pop tu yang pertama mereka ganteng, yang kedua tingkah mereka yang random tu kayak gitu bisa bikin mood naik yang tadinya gak mood ngapa-ngapain sekarang jadi gila gitu hehehehe. Kadang- kadang kek menghalu dia jadi pacar, kek gitu terus kayak kan dulunya pengennya jadi suami terus turun ke pacar terus sekarang turun ke kakak ya sampai kakak aja sih sebenarnya tapi tetap ingin” (narasumber K).

Pada narasumber K menjelaskan jika awalnya ketertarikan terhadap idol K-Pop itu karena melihat penampilan fisik dinamakan dengan *idol visual*. Narasumber berimajinasi bahwa idolanya merupakan pasangannya, pengakuan narasumber ini selaras dengan tidak adanya *figure* untuk membantunya dalam memenuhi tugas perkembangan.

“kadang-kadang aku suka menghayal gitu loh kalau Tehyung jadi pacar aku aku gini gini gini, kalau dari dulu ya aku pengen tu dia jadi pacar aku lah, hihhi pengen jadi suaminya, hahaa eh istrinya maksudnya, karena apa karena aku suka sama dia tu loh, sifat- sifat cool nya dia, apa ya kepribadiannya tu aku suka pokoknya susah dijelasin sih, dia tu ganteng, multitalent bisa nyanyi, bisa ngedance, kaya lagi siapa yang gak mau kan gitu, dia tuh kayak memperhatikan kita gitu loh, kita merasa diperhatiin sama idol jadi tambah suka,, kek aku memiliki dia, dia memiliki aku gitu hubungannya kayak real gitu, makanya banyak kan yang jomblo Kpopers wkwkwkk” (narasumber S).

Pada narasumber ‘S’ menjelaskan jika ketertarikan pada idolanya yaitu karena kepribadian atau sikap yang ditampilkan dari idol yang sangat disukai. Kedua narasumber menjelaskan jika mereka berimajinasi bahwa idola adalah pasangan mereka dijelaskan dalam tahap *intense-personal* (perasaan pribadi yang intens) yang menimbulkan hubungan satu arah (parasosial). Santrock (2020) memaparkan bahwa cinta sepihak yang tidak terbalaskan memungkinkan individu menjadi obsesif, tidak efektif, kesulitan dalam menjalin hubungan dengan orang lain dan juga dapat merugikan diri sendiri.

Setelah studi pendahuluan dengan dua narasumber yang masih melakukan kegiatan *celebrity worship* di usia dewasa awal. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran terhadap penggemar BTS pada usia dewasa awal dan faktor-faktor penyebab penggemar masih melakukan *celebrity worship*.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi. Unit analisis dalam penelitian ini adalah penggemar BTS di Daerah

Tabanan dan unit amatannya adalah kegiatan *celebrity worship* yang dilakukan oleh penggemar. Narasumber penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Kualifikasi narasumber dengan memenuhi kriteria yaitu penggemar perempuan yang berusia 20-25 tahun, aktif dalam di media sosial dan ikut berpartisipasi dalam kelompok penggemar. Teknik penggalian data digunakan berdasarkan Sugiyono (2015) yaitu observasi, wawancara dan dokumen. Teknik analisis data berdasarkan Sugiyono (2015) yaitu reduksi data, penyajian data, verifikasi dan kesimpulan. Aspek serta indikator yang dituangkan dalam pedoman wawancara pada penelitian ini mengacu pada Brooks (2018) yaitu, kepribadian, perilaku dan kognitif perilaku, harga diri, hubungan dengan orang lain, sikap terhadap tubuh, dan kesejahteraan psikologis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Melalui penelitian ini didapat hasil yang dikelompokkan menjadi lima kelompok yaitu, awal pengidolaan, masuk kelompok penggemar, perilaku pengidolaan, peran BTS dan respon dan hubungan dengan lingkungan. Hasil penelitian dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Tabel Hasil Analisis Data

	Subjek 1	Subjek 2	Subjek 3
Awal pengidolaan	Penasaran dengan video BTS di youtube	Penasaran karena mendengar teman-teman membicarakan BTS	Tertarik pada visual salah satu member BTS
Masuk kelompok penggemar	Mendapatkan banyak teman	Banyak mendapatkan hal positif	Merasa nyaman karena tidak harus mengikuti aturan sosial
Perilaku pengidolaan	Aktif melakukan kegiatan <i>celebrity worship</i>	Aktif melakukan kegiatan <i>celebrity worship</i>	Aktif melakukan kegiatan <i>celebrity worship</i>
Peran BTS	BTS sebagai mentor dan support system	BTS sebagai moodbooster, inspirasi dan motivasi	BTS sebagai support system, moodbooster dan teman curhat
Respon dan hubungan dengan lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> - Mendapatkan berbagai jenis respon - Hubungan dengan keluarga dan teman tetap terjalin dengan baik - Memiliki standarisasi kriteria pasangan seperti BTS 	<ul style="list-style-type: none"> - Mendapatkan berbagai jenis respon - Hubungan dengan keluarga dan teman tetap terjalin dengan baik - Memiliki standarisasi kriteria pasangan seperti BTS 	<ul style="list-style-type: none"> Mendapatkan berbagai jenis respon Hubungan dengan keluarga dan teman tetap terjalin dengan baik Memiliki standarisasi kriteria pasangan seperti BTS

Pembahasan

Celebrity worship yang dilakukan oleh ketiga subjek akan berubah, awal kegiatan *celebrity worship* dengan tingkah laku yang ekspresif dengan berjalannya waktu dan semakin lama akan semakin berkembang dan berubah. Kegiatan *celebrity worship* yang dilakukan oleh Subjek 3 membuat *mood* mereka lebih terkendali dan stabil, hanya dengan aktivitas tersebut Subjek 3 bisa mengeluarkan semua keluh-kesah yang dirasakan. Aktivitas *celebrity worship* yang dilakukan ini adalah efek positif dari mengidolakan BTS terhadap kesehatan penggemar yang terbagi menjadi tiga point yaitu “kenikmatan”, “antusiasme”

dan “apresiasi”, dengan aktivitas *fangirling* ini dapat memberikan efek relaksasi, kepuasan dan kegembiraan yang dirasakan oleh penggemar (Cheriyah & Hadi, 2022).

Berbeda dengan subjek 2 saat melakukan kegiatan *celebrity worship* merasa terpenuhi kebahagiaannya juga aktivitas tersebut sebagai *self-reward* dan *self-healing* untuk Subjek, hal ini sejalan dengan Luthfi dan Harsono (2022) menyatakan bahwa individu yang berupaya membangun identitas diri dan rasa pemenuhan dalam diri dengan cara melakukan penyerapan psikologis terhadap *celebrity worship*. Penyerapan psikologis yang dilakukan oleh ketiga subjek sejalan dengan Teori *Absorption Addiction* untuk membangun rasa kepuasan dalam diri (McCutheon, Lange & Houran, 2002).

Kepuasan dalam diri penggemar dapat memberikan efek baik dalam keseharian penggemar setelah melakukan *celebrity worship*. Dengan itu maka runtuhnya kegiatan *celebrity worship* yang dilakukan oleh ketiga subjek untuk mempertahankan *mood* mereka agar tetap bagus dan dapat melakukan kegiatan lainnya dengan baik. Kegiatan *celebrity worship* bisa menjadi alternatif bagi penggemar ketika merasa tidak enak, merasa lelah dan perlu *charge energy*.

Kegiatan *celebrity worship* memunculkan ikatan emosional yang terjalin antara penggemar dengan idolanya. Hubungan yang terjalin antara ketiga subjek dengan orang tua dan teman dekat meraka saat sebelum menjadi penggemar dan sesudah menjadi penggemar tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Pada perkembangan Sosioemosi terdapat gaya kelekatan yang aman dimana individu yang memiliki gaya kelekatan aman dengan orang tuanya cenderung pada usia dewasa akan menunjukkan kelekatan yang aman dalam menjalin hubungan romantis (Santrock, 2020). Kurangnya kedekatan dan dukungan secara emosional dari orang tua kepada subjek sehingga ketiga subjek sulit menjalin hubungan romantis dengan orang lain. Individu usia dewasa awal yang sulit menjalin hubungan romantis di *real life* memungkinkan untuk mencari *figure* lain seperti selebriti.

Interaksi yang dilakukan oleh ketiga Subjek melalui media sosial semakin memudahkan Subjek sebagai penggemar untuk dekat dengan idolanya. Hayati, Prabowo dan Hijrianti (2021) mengatakan bahwa media sosial sebagai perantara untuk mencari dan membagikan informasi secara luas, intensitas penggunaan media sosial berpengaruh terhadap *fanatisme* penggemar, mempengaruhi kognitif, afektif dan behavioral. Subjek 1 dan Subjek 2 mengaku terbantu dengan adanya aplikasi ini karena bisa menjadi tempat interaksi tanpa batas antara subjek dengan BTS. Bagi Subjek 3 kedekatannya dengan BTS hanya secara emosional saja buka merasa dekat secara personal dengan BTS.

Pendapat Subjek 3 ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jenol dan Pazil (2020) menjelaskan meskipun penggemar tidak mengenali idola secara pribadi dan penggemar sadar akan hal itu, hal tersebut akan menciptakan ikatan dan keterikatan pribadi yang kuat yang disebut dengan hubungan para-sosial. Kedekatan yang dirasakan oleh ketiga subjek dengan idola tersebut memunculkan kelekatan sekunder. Teori Kelekatan oleh Greene dan Adam-Price membagi kelekatan sekunder menjadi dua yaitu, kelekatan romantis atau *romantic attachment* dan kelekatan indentifikasi atau *identification attachment* (Greene & Adams-Price, 1990).

Kelekatan romantis yang dari ketiga subjek diperlihatkan oleh peran BTS dalam kehidupan mereka. Peran BTS bagi ketiga subjek di usia dewasa awal ini adalah peran yang tidak didapat oleh ketiga subjek di lingkungannya, baik lingkungan keluarga, teman dan masyarakat. *Figure* selebriti yang berperan sebagai dukungan, motivasi dan mentor juga sebagai *figure* untuk menjalin hubungan yang romantis. Sejalan dengan Teori Perkembangan Psikososial oleh Erikson keintiman *versus* isolasi. Individu dengan tugas

perkembangan membentuk hubungan baik dengan lawan jenis, teman, sahabat dan masyarakat. Jika individu usia dewasa awal gagal memenuhi tugas perkembangan pada tahap ini maka akan terisolasi secara sosial (Santrock, 2014).

Maka dari itu kelekatan yang tidak aman membuat subjek sulit membina hubungan romantis dan menjadikan selebriti sebagai *figure* untuk membantu mereka dalam memenuhi tugas perkembangan yang berlangsung. Ikatan emosional dan peran BTS yang menjadikan ketiga subjek memiliki kriteria pasangan ideal. Konsep pasangan ideal ini menyulitkan dan menyebabkan tingginya standar yang dimiliki oleh ketiga subjek untuk mencari pasangan yang sama seperti idolanya (Laksono & Noer, 2021). Penetapan standarisasi ini memungkinkan terganggunya tugas perkembangan kognitif individu dengan tidak berfikir secara realistis (Santrock, 2020).

BTS juga sebagai *role model* yang menginspirasi dengan kepribadian, karya serta selera *fashion* yang sering menjadi pembicaraan penggemar. Ketiga subjek memiliki trik agar bisa mengikuti *fashion* BTS yaitu dengan membeli pakaian yang sama dengan menyamakan dengan *budget* yang tersedia dan mudah untuk di dapat. Keterangan ketiga subjek ini sejalan dengan Teori Belajar Sosial Bandura. Dalam teori ini menyatakan perilaku belajar individu adalah kemampuan dalam memaknai informasi, memaknai model yang ditiru lalu mengelola secara kognitif dan menentukan tindakan yang sesuai dan diinginkan (Ansani & Samsir, 2022).

Pembelian tidak hanya dilakukan pada pembelian *fashion* BTS tetapi juga dengan barang-barang lainnya seperti album dan *merchandise*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Kartikasari dan Sudrajat (2022) mengenai makna dari pembelian album yang dilakukan oleh penggemar pada setiap perilisan lagu baru dapat termasuk bentuk ritualisasi. Pembelian album sebagai *self reward* serta bentuk dukungan atau apresiasi yang dilakukan secara terus-menerus atas karya yang telah diciptakan serta merupakan bagian dari positif *fanatisme*. *Fanatisme* terdiri dari positif *fanatisme* adalah kegiatan positif dan negatif *fanatisme* yang terjadi dalam perkumpulan penggemar dan merugikan banyak pihak seperti *fanwar* dan menguntit idola (Hayati, Prabowo & Hijrianti, 2022).

Menyebarnya rumor atau berita *hoax* yang mengundang keributan juga termasuk salah satu negatif *fanatisme*. Ketiga subjek menanggapi skandal atau rumor dengan bijak dan tidak terbawa suasana, ini merupakan salah satu kontrol diri dalam mengontrol perilaku yaitu kontrol kognitif. Pernyataan dari ketiga subjek yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Roem, Zen dan Multisari (2022) kontrol kognitif yang dilakukan oleh penggemar dengan cara memilih informasi berdasarkan sumber yang pasti dan terpercaya, menghindari *platform* media yang sering menyebar rumor atau *hoax* serta dengan memilih untuk menunggu konfirmasi langsung dari agensi dari idola yang bersangkutan.

Fitriana (2019) mengatakan jika usia menjadi salah satu faktor internal yang andil dalam kontrol diri seseorang, bertambahnya usia maka seseorang mampu dalam mengontrol dirinya. Dapat ditarik kesimpulan jika ketiga subjek mampu dalam mengontrol perasaan mereka sejalan dengan (kontrol diri) yaitu dalam perkembangan kognitif subjek pada usia dewasa awal. Gumelar, Almaida dan Laksmiwati (2021) mengatakan bahwa individu usia dewasa awal yang kemampuan kognitifnya sudah berkembang dapat dilihat saat individu tersebut mengenali sudut pandang yang berbeda, subjektif dan dapat memutuskan sesuatu.

Kesadaran diri yang dimiliki oleh ketiga subjek sejalan dengan Teori Kontrol Diri oleh Chaplin yaitu kontrol diri yang dimiliki oleh individu adalah kemampuan untuk membimbing tingkah laku dan menekan tingkah laku yang impulsif. Kontrol diri

penggemar sangat berpengaruh pada intensitas *fangirling* yang dilakukan, kontrol diri yang baik bisa membatasi perilaku pengidolaan agar tidak sampai pada tahap obsesif (Fitriana, 2019). Ketiga subjek paham akan batasan hubungan yang dimiliki dan privasi yang harus dimengerti antara idola dan penggemar, seperti yang dipikirkan oleh ketiga subjek yang mengatakan bahwa idola berhak memiliki kehidupan pada umumnya dan tidak adanya perilaku posesif, meski merasa ada tidak rela tetapi sebagai penggemar tetap harus mendukung semua keputusan idola.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, ketiga subjek berada diantara tahapan *entertainment social* dan *intense personal* pada *celebrity worship*. Pada tingkat *entertainment social* ini dibuktikan dengan aktifnya subjek dalam mencari dan memperbaharui informasi terkait dengan BTS setiap harinya. Ketiga subjek mampu dalam membagi waktu sehingga saat mendapatkan waktu senggang atau istirahat digunakan untuk aktivitas *fangirling*. Salah satu subjek juga menyatakan jika dirinya dapat melakukan aktivitas *fangirling* dibarengi dengan aktivitas lainnya.

Pada tahapan *intense personal*, ketiga subjek menyatakan bahwa mereka memiliki kedekatan secara emosional dengan BTS karena peran BTS dalam kehidupan subjek seperti sebagai motivasi, *support system*, *moodbooster*, mentor dan teman curhat. Ketiga subjek juga melakukan perilaku imitasi dengan mengikuti perilaku baik dari BTS dan mengikuti *style* yang dipakai member BTS.

Hasil penelitian membahas tentang faktor-faktor yang menjadi penyebab individu usia dewasa awal (subjek M, N dan W) masih melakukan *celebrity worship*. Terdapat dua faktor yang lebih menonjol yaitu adalah ketiga subjek memiliki standarisasi kriteria pasangan ideal sehingga sulit memenuhi tujuan dari tugas perkembangan tahap 6 yaitu *love*. Ketiga subjek memiliki kedekatan secara emosional dengan BTS karena kurangnya dukungan dan kedekatan dengan lingkungan. Kelekatan romantis yang terjalin antara ketiga subjek dengan BTS ada karena ketiga subjek memiliki kelekatan yang tidak aman dengan orang tua sehingga saat dewasa ketiga subjek sulit menjalin hubungan romantis dengan orang.

Faktor kedua adalah BTS sebagai sumber kebahagiaan, dengan melakukan kegiatan *celebrity worship*, ketiga subjek merasa bisa mengeluarkan keluh kesah dan merasa terpenuhi kebahagiaannya. Ketiga subjek merasa mengidolakan BTS sampai saat ini banyak mendapatkan dampak positif bagi diri mereka. Kegiatan *celebrity worship* bisa menjadi alternatif bagi penggemar ketika merasa sedih, tidak enak, merasa lelah dan perlu *charge energy* untuk mengembalikan *mood* agar tetap baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansani., & Samsir, H. M. (2022). Bandura's Modeling Theory. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2(7). DOI:<https://doi.org/10.55927/mudima.v2i7.692>
- Ananta, L. (2023). *Budaya Korea yang masuk ke Indonesia*. Retrieved February 03, 2023. <https://www.kompasiana.com/lukilukiananta5041/62ed9f88a51c6f5c6d0ffb23/budaya-korea-yang-masuk-ke-indonesia>
- Azzahra, M. S., & Ariana, A. D. (2021). Psychological wellbeing penggemar K-Pop dewasa awal yang melakukan *celebrity worship*. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, 1(1), 137-148.

- Brooks, S. K. (2018). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9978-4>
- Cheriyah, Y., & Hadi, A. R. (2022). Indonesian K-Pop fans: The relationship between ARMY-BTS identity and their demographic. *Journal of Social Studies*, 18(2).
- Dewi, D. P. K. S., & Indrawati, K. R. (2019). Gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(2),
- Fitriana, M. (2019). Hubungan kontrol diri dengan pemujaan terhadap idola remaja penggemar K-Pop. *Psikoborneo*, 7(3), 450-456.
- Gumelar, S. A., Almaida, R., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl K-Pop. *Cognica*, 9(1).
- Greene, A. L., & Adam-Price, C. (1990). Adolescents' secondary attachment to celebrity figure. *Sex Role*, vol (23).
- Hayati, S. D. Y., Prabowo, A., & Hijrianti, U. R. (2022). Kebijakan dan fanatisme pada penggemar K-Pop. *Cognica*, 10(1): 42-50.
- Jenol, N. A. M., & Pazil, N. H. (2020). Escapism and motivation: Understanding K-pop fans well-being and identity. *GEOGRAFIA Onlin TM Malaysian Journal of Society and Space*, 16(4).
- Kartikasari, H., & Sudrajat, A. (2022). Makna pembelian album fisik bagi penggemar budaya pop Korea. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(3): 405-428.
- Laksono, A. P., & Noer, A. H. (2021). Idolaku, sumber intimacy-ku: Dinamika celebrity worship dan tugas perkembangan dewasa awal pecinta Kpop. *Jurnal Psikologi*, 17(2). DOI: <http://dx.doi.org/10.24014/jp.v14i2.12837>.
- Luthfi, D. A. S., & Harsono, Y. T. (2022). Pengaruh harga diri terhadap celebrity worship pada penggemar K-Pop dewasa awal di Kota Malang. *Jurnal Flourishing*, 2(3),
- 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*. 195(1).
- 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), 441-452
- McCutcheon, L. E., & Lange, R., & Houran. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, 93, 67-87.
- Milzeru (2020). *Ternyata fandom Kpop ini dinobatkan sebagai yang terkuat*. Retrieved June 10, 2022. <https://www.milzeru.com/whats-on/update-zero/1566-ternyata-fandom-kpop-ini-di-nobatkan-sebagai-yang-terkuat>
- Roem, S. A., Zen, E. F., & Multisari, W. (2022). Kontrol diri remaja penggemar K-Pop (studi fenomenologi pada siswa penggemar K-Pop di SMK). *Jurnal Pembelajaran, Bimbingan, dan Pengelolaan Pendidikan*, 2(5).
- Santrock, J. W. (2014). *Psikologi pendidikan: Educational psychology, edisi 5*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Santrock, J. W. (2020). *Life-Span Development Perkembangan Masa-Hidup, edisi 13*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono (2015). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&B*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Zahra, N. N., & Wulandari, P. Y. (2021). Pengaruh harga diri dan kesejahteraan psikologis terhadap *celebrity worship* pada dewasa awal penggemar K-Pop. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, 1(1), 1115-1125. e-ISSN: 2776-1851.