

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Globalisasi sebagai fenomena khusus tentang peradaban manusia yang selalu bergerak dan berkembang dalam masyarakat global. Globalisasi menyebabkan mudahnya nilai-nilai budaya yang masuk ke berbagai mancanegara. Terdapat contoh yang tengah berkembang serta marak terjadi di banyak negara yaitu musik Korea bergenre Pop yang biasa disebut *K-Pop* atau *Korean Pop*. Budaya *Korean Pop* yang biasa dikenal dengan masyarakat ini disebut dengan sebutan *Hallyu* atau *Korean Wave*. Hal tersebut mengacu kepada penyebaran dari budaya Korea Selatan ke seluruh sudut dunia, salah satunya Indonesia. Saat ini *Korean Wave* menjadi fenomena budaya yang populer dan berkembang pesat di kalangan remaja (Charistia et al., 2022). Penyebaran dari budaya *Hallyu* ini menjadi salah satu hal serta fenomena yang tengah ramai tersebar dengan penggunaan media massa melalui Korea Pop Culture, salah satunya adalah internet. Pada era teknologi sekarang tentu mempunyai peran yang cukup penting dalam banyaknya penyebaran informasi. Dengan teknologi yang canggih dan berbagai informasi yang mudah didapat tersebut membuat masyarakat global dengan mudah mendapatkan informasi seputar tokoh idola yang mereka sukai. Kecintaan terhadap budaya Korea dapat terlihat dari meningkatnya penyebaran kepopuleran *K-Pop* (Mihardja & Paramita, 2019). Keberhasilan dari Korea Selatan dengan mengenalkan budaya yang dimilikinya terlihat dari antusias masyarakat yang terbilang besar terhadap produksi hiburan, seperti musik hingga drama korea. Genre dari musik Korea Selatan pada umumnya di bawakan oleh satu individu atau group yang memiliki rupa sangat menawan dengan banyaknya kemampuan dan bakat yang dimilikinya, antara lain menari dan menyanyi (Charistia et al., 2022).

*Korean Pop* atau *K-Pop* memiliki sebuah arti tentang musik yang populer di Negara Korea Selatan dengan berbagai jenis gaya dan genre musik yang bermacam-macam. Istilah *K-Pop* yang digunakan dalam penyebutan sebuah musik atau lagu yang dinyanyikan dan ditarikan oleh sekelompok idol. Selain nyanyian dan tarian yang dibawakan, mereka juga memiliki visual yang menarik dan mempesona (Mihardja & Paramita, 2019). Dari ketampanan dan kecantikan yang hal tersebut menjadi pokok paling utama untuk mereka sebagai idol. Selain itu terdapat musik, drama, hingga *fashion* Korea menjadi sangat digemari oleh sebagian masyarakat (Utami, Febiola Rizki; Sitasari, Novendawati Wahyu; Rozali, 2019). Musik korea terdapat dua unsur penting yang terdapat di dalamnya, yaitu tema busana dan genre musik tersebut. Dalam genre musik di Korea dapat bertemakan hiphop, R&B, hingga ballad yang memiliki koreografi serta kostum tertentu yang akan dipakai oleh para idol tersebut. Masyarakat menyebut mereka dengan sebutan *boyband* untuk sekelompok penyanyi laki-laki serta *girlband* untuk sekelompok penyanyi perempuan. Banyaknya *boyband* dan *girlband* serta artis-artis yang terbentuk dan diproduksi asli dari Korea menampilkan penampilan secara spektakuler dengan wajah yang sangat rupawan membuat musik *K-Pop* mudah diterima dari berbagai macam masyarakat mancanegara (Charistia et al., 2022).

Survey data yang telah dipaparkan oleh *The Korea Times* menunjukkan bahwa jumlah penggemar dari budaya Korea di seluruh dunia ini telah meningkat 22% yang semula 73,12 juta menjadi 89,19 juta penggemar (Purnamasari, 2019). Suatu fenomena pada pengidolaan *girlband* hingga *boyband* asal Korea Selatan ini tengah marak terjadi. Salah satu yang tengah ramai diperbincangkan pada kalangan masyarakat Indonesia yaitu tentang idol *K-Pop* yang identik dengan performa dari sekelompok grup maupun solo. Setiap orang yang menyukai *K-Pop* pasti memiliki idolanya masing-masing. Saat ini, *K-Pop* tengah merajai sebagian penjurur pasar industri musik di Asia sehingga semua masyarakat global telah mengetahuinya. Dalam *K-Pop* terdapat sebuah istilah generasi grup idola. Tiap-tiap generasi dapat terlihat perbedaannya, mulai dari tahun mereka debut menjadi idol hingga pemilihan

genre musik dan gaya berpakaianya dalam tahun ke tahun yang sejauh ini generasi *K-Pop* telah memasuki generasi ke 4 (Kusnario, 2020).

Generasi pertama yang dimulai pada tahun 1994 hingga 2002, merupakan generasi awal dari di mulainya *K-Pop* yang dimunculi oleh *boygroup* bernama “Seo Taiji and Boys”. Terlihat dari suksesnya Seo Taiji and Boys, Lee Soo Man selaku produser musik memberanikan diri untuk membentuk sebuah agensi SM Entertainment pada tahun 1995 dan sukses dalam aktivitas debut untuk *boygroup* pertamanya yang bernama H.O.T (*Highfive OF Teenagers*). Melihat peningkatan dari kesuksesan SM Entertainment membuat beberapa produser musik lainnya mencoba untuk mendirikan agensi musik miliknya sendiri. Generasi ke dua yang dimulai pada tahun 2003 hingga 2011, merupakan generasi yang semakin dikenal luas oleh para masyarakat global. Generasi ke tiga yang dimulai pada tahun 2012 hingga 2017 merupakan generasi paling populer karena masyarakat telah mudah dalam mengakses berbagai konten *K-Pop* melalui internet. Kemunculan generasi tiga ini dimulai dengan perilisian lagu *Gangnam Style* yang dibawakan oleh PSY. Selain PSY terdapat *boygroup* dan *girlgroup* yang tak kalah *booming* seperti EXO, Blackpink, BTS, Twice, Red Velvet, IKON, GOT7, WINNER, G-Friend, CLC, SEVENTEEN hingga NCT tersebut telah menjadikan *K-Pop* lebih dikenal oleh seluruh penjuru negara. Generasi ke empat yang dimulai pada tahun 2018 hingga sekarang ini, merupakan generasi yang terbilang singkat dalam mencapai kepopulerannya berkat jejak yang telah ditempuh dari para idol senior yang berada di dalam agensi yang sama (Kusnario, 2020).

Menurut hasil survey yang dilakukan oleh IDN Times (2019) (dalam Almaida et al., 2021), 9,3% penggemar *K-Pop* di Indonesia berasal dari kalangan 10-15 tahun, 38,1% berusia 15-20 tahun, 40,7% berusia 20-25 tahun, dan 11,9% berusia lebih dari 25 tahun. Selain itu para penggemar *K-Pop* didominasi oleh perempuan yakni sebanyak 92,1%. Dari hasil survey menunjukkan bahwa besarnya dari penggemar *K-Pop* terdapat pada rentan usia dewasa awal. Hasil ini sejalan pada penelitian yang dilakukan oleh Boon & Lomore yang menunjukkan bahwa 75% individu yang telah menginjak usia

dewasa awal cenderung memiliki ketertarikan yang lebih kuat terhadap selebriti yang diidolakan dalam kehidupannya (Almaida et al., 2021). Serta ditambahkan oleh (Widjaja & Ali, 2015) yang menyebutkan pada masa dewasa awal ialah masa yang memulai seseorang melakukan suatu bentuk pemujaan terhadap selebriti yang diidolakannya.

Santrock (Widjaja & Ali, 2015) menyatakan dewasa awal adalah individu yang berusia 18-25 tahun. Individu yang berada pada usia dewasa awal ini diasumsikan telah dapat menuntaskan tugas perkembangan remaja yaitu telah sukses dalam pembentukan suatu identitas jati diri. Menurut Santrock, individu pada usia dewasa awal memiliki waktu yang minim dalam melakukan berbagai aktivitas mulai dari melakukan pekerjaan hingga membuat suatu relasi atau hubungan bersama lawan jenisnya. Hurlock menambahkan bahwa individu dewasa awal ialah individu yang telah menyelesaikan masa pertumbuhan dan telah siap dalam menerima sebuah kedudukan dalam bermasyarakat bersama para orang dewasa lainnya dan juga merupakan periode penyesuaian diri individu terhadap kehidupannya (Hurlock, 2004).

Namun sebaliknya, individu yang menginjak dewasa awal ini justru lebih banyak menghabiskan waktunya dengan aktivitas lain seperti pengidolaan. Pada masa dewasa awal merupakan masa yang memulai seorang individu untuk melakukan suatu ketertarikan dan pemujaan terhadap selebriti idola dalam kehidupannya. Menurut Raviv yang diperkuat oleh McCutcheon (Widjaja & Ali, 2015) bahwa intensitas pengidolaan akan semakin menurun dengan seiring bertambahnya usia seseorang. Namun fakta yang telah terkumpul dari hasil laporan media massa menunjukkan bahwa sebuah perilaku pengidolaan yang terdiri atas *modelling* dan pemujaan kerap muncul pada usia dewasa awal. Pada penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al., (2021) kepada tiga orang subjek perilaku *Celebrity worship* usia dewasa awal ini menunjukkan bahwa ketiga subjek tersebut mempunyai rasa cinta yang terbilang obsesif dan tahu bahwa idola *K-Pop* yang disukainya tersebut berpengaruh baik terhadap kehidupannya (Lestari et al., 2021).

Pada fase dewasa awal ini individu telah mempunyai sebuah tanggung jawab yang cukup berat serta telah mandiri dalam segi ekonomi juga psikologis. Karena pada usia dewasa awal tersebut individu cenderung sedang melakukan suatu pekerjaan untuk keberlangsungan hidupnya. Awalan masa kemandirian didalam bidang ekonomi pun turut membuat individu menjadi lebih konsumtif dalam pembelian *merchandise* hingga barang-barang yang berhubungan dengan selebriti yang diidolaknya (Tyoni & Syarifah, 2022). Sebagian besar individu yang melakukan pembelian *merchandise* idolanya tersebut secara langsung mendorong selebritinya dalam meraih sebuah kesuksesan pada karirnya karena terdapatnya peningkatan penjualan yang dapat mempengaruhi *chart* atau ranking pada *comeback* yang dilakukannya.

Selain itu besarnya penggemar *K-Pop* pada masa usia dewasa awal ini merupakan seseorang yang mempunyai rasa percaya diri yang kurang, *insecure*, merasakan putus asa pada sebuah kelekatan dan secara keseluruhan mereka juga kurang mampu secara layak dalam menjaga sebuah batasan terhadap dunia nyata dan dunia maya. Menurut Erikson (Almaida et al., 2021) perasaan tergilagila yang dirasakan individu di masa-masa remaja bukan sebuah bentuk keintiman yang sebenarnya melainkan pada saat dimana individu telah memasuki masa usia dewasa awal. Sebab pada masa dewasa awal, individu telah mulai mengalami krisis psikososial yaitu intimasi versus isolasi (*Intimacy Vs Isolation*). Intimasi ialah periode dalam proses dalam peneluan sebuah jatidiri serta peleburan diri yang memerlukan adanya sebuah komitmen didalam diri orang lain, menjadikan hal tersebut menjadi isu utama pada masa dewasa awal (Santrock, 2012).

Keintiman yang telah matang berarti sebuah kemampuan serta kemauan terhadap rasa kepercayaan yang diharapkan dapat terbalaskan dengan suatu pengorbanan hingga rasa tanggung jawab pada sebuah hubungan. Namun seseorang yang telah berada pada usia dewasa awal ini sebagian besar memiliki tingkat pengidolaan yang terbilang tinggi. Hal ini dapat terlihat bahwa besar dari mereka mempunyai suatu keintiman kurang matang, yang dimana tingkat pengidolaan terhadap sosok selebriti ini menjadi sebuah

akibat dari adanya suatu kehidupan individu yang terisolasi dari sebuah kegagalan dalam pemenuhan intimasinya (Azzahra & Ariana, 2021).

McCutcheon (Fatimah et al., 2021) mengatakan apabila tingkat pada pengidolaan seseorang semakin tinggi, maka keintiman yang di imajinasikan kepada idolanya juga ikut membesar. *K-Popers* atau *K-Pop* fans merupakan sebutan bagi penggemar yang mengaggumi sosok idolanya secara antusias. Sebagian besar dari mereka memiliki barang yang diproduksi oleh selebriti idolanya, seperti photocard, aksesoris, *merchandise* serta poster yang akan disimpan atau dipajang sesuai dengan kreativitas dirinya. Selain itu *K-Popers* biasanya tergabung dalam suatu komunitas yang sama-sama menyukai idolanya tersebut (Redaksi, 2022). Seorang fans juga biasanya selalu mengikuti apapun yang berasal dari idolnya seperti gaya hingga hal lain yang berhubungan dengan idol yang disukainya. Fans yang rela menghabiskan uangnya dalam jumlah berlebih juga dapat diidentifikasi sebagai perilaku pemujaan terhadap selebriti idolanya (*Celebrity Worship*).

Menurut Raviv pemujaan (*worship*) merupakan dimensi pengidolaan dalam bentuk rasa kekaguman dengan identitas yang tak biasa dan sebuah penghormatan lebih terhadap selebriti yang diidolakan. Tingginya tingkat pemujaan, maka keterlibatan penggemar terhadap idola juga akan meninggi (Fitriana, 2019). Penggemar memiliki rasa keingintahuan yang bersifat mendetail tentang selebriti idolanya sebab terdapatnya banyak hal yang menarik dan menonjol pada bintang asal Korea tersebut, termasuk informasi pribadinya. Dengan bergamnya informasi yang banyak di peroleh dari macam-macam media membuat penggemar merasa sangat lebih mengenali idolanya mulai dari penampilaan hingga gaya hidupnya meskipun mereka tak pernah sekalipun bertemu hingga berhubungan akrab dengan idolanya (Almaida et al., 2021). *Celebrity Worship* atau pemujaan pada selebriti idola merupakan suatu hubungan antara penggemar dengan idolanya yang bersifat imajinasi satu arah yang dimana dari hubungan tersebut dikatakan abnormal apabila penggemar sangat terobsesi dengan sosok idolanya di dalam kehidupan sehari-hari (McCutcheon et al., 2003). McCutcheon (Widjaja & Ali, 2015) berspekulasi bahwa terdapat sifat yang dimiliki oleh penggemar

yang mirip dengan sifat kecanduan. Semakin tinggi kecanduan yang dimiliki penggemar terhadap selebriti idolanya, maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatan dengan sosok selebriti tersebutnya.

*Celebrity Worship* memiliki 3 tahapan, antara lain *Entertainment-social* atau individu yang senang membicarakan dan mempelajari kehidupan kisah selebriti idolanya dengan penggemar lainnya, *Intense-personal* atau penggemar yang berpikir bahwa idola mereka adalah pasangan yang cocok untuk dirinya, dan *Borderline Pathological* atau penggemar yang mempercayai bahwa mereka rela untuk melakukan sesuatu yang ilegal untuk selebriti idolanya (Maltby et al., 2003). Individu yang memuja selebriti maka orang tersebut merasa dirinya telah memiliki keterikatan dengan apapun yang berhubungan pada idolanya, seperti pembelian *merchandise* yang dikeluarkan oleh idola yang mereka suka (Tyoni & Syarifah, 2022). Dilihat dari fenomena bahwa penggemar tidak merencanakan pembelian *Merchandise* tersebut melainkan terdapat manfaat bahwa pembelian tersebut secara langsung dapat mendukung idolanya. Namun pada nyatanya dalam pembelian sebuah barang, perilaku kontrol diri mempunyai peranan cukup penting dalam mengarahkan sebuah tindakan agar lebih teratur. Karena kontrol diri dapat mempengaruhi suatu individu dalam mengambil keputusan dan sebuah tindakan yang ingin dilakukan. Maka perilaku *self control* yaitu di artikan dengan cara mengendalikan suatu perilaku dalam sebuah aktivitas.

Tangney, Baumesiter & Boone (2004) menyebutkan bahwa terdapat lima aspek yang menjadi sebuah tolak ukur didalam kontrol diri, diantaranya: 1). Disiplin Diri, 2). Tindakan yang bersifat tidak impulsive, 3). Kebiasaan sehat, 4). Etika Bekerja, 5). Keandalan. Seseorang dengan *self control* yang cukup tinggi mampu untuk mengarahi segala tingkah lakunya ke arah yang lebih positif. Terkadang penggemar memiliki sebuah rasa cemas saat barang yang mereka inginkan tidak dapat terpenuhi olehnya. Kecintaan penggemar terhadap selebriti yang diidolakannya dapat menjadikan mereka kurang terhadap rasa sayang kepada uang dan juga waktu yang dimilikinya untuk hal-hal lain yang lebih berguna baginya.

Dampak negatif dari perilaku *celebrity worship* dapat muncul apabila sebuah perilaku kontrol diri yang ada pada diri individu terbelang rendah. Hal tersebut dapat menimbulkan sebuah perilaku yang dimana individu tersebut dapat menghabiskan banyak waktu dan materi yang dimilikinya. Individu juga rela dalam pembelian *merchandise* idola yang dapat dikatan *impulsive* karena lebih mementingkan kemauan daripada keperluan (Ayu & Astiti, 2020). *Celebrity worship* juga menyebabkan kinerja kerja bagi individu dewasa awal semakin menurun atau semakin rendah. Selain itu terdapat dampak yang mungkin sangat berbahaya seperti munculnya *celebrity worship syndrome*, dimana individu memiliki sebuah rasa ketergantungan (*addiction*) dan kriminalitas yang biasa disebut dengan *sasaeng fans* dengan menguntit kehidupan pribadi idola yang hal tersebut dapat membuat risi serta mengganggu kehidupan selebriti dengan ulah *sasaeng fans* tersebut (Ayu & Astiti, 2020).

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan ke lima subjek yang menyukai *K-Pop*, sebut saja subjek pertama, kedua, ketiga, keempat dan kelima. Kelima subjek tersebut telah berada pada usia dewasa awal dengan rentan usia mereka adalah 19-24 tahun. Subjek pertama yang berusia 21 tahun merupakan seorang mahasiswi yang mengakui bahwa dirinya baru menyukai *K-Pop* pada usianya sekarang karena terinspirasi oleh fashion selebriti idolanya yaitu Jennie Blackpink. Fashion dari budaya korea selatan, salah satunya yang dipakai oleh selebriti *K-Pop* idolanya tersebut menjadi sebuah inspirasi untuk menerapkannya dalam kehidupan saat ini. Subjek pertama merasakan adanya perbedaan pada gaya berpakaianya dahulu dan saat ini, yang dimana dahulu subjek pertama sama sekali tidak mementingkan fashion yang digunakan karena menurutnya hal tersebut tidak terlalu penting dibandingkan dengan belajar untuk mencapai perguruan tinggi yang diimpikannya. Kemudian pada subjek kedua yang berusia 24 tahun merupakan seorang pekerja yang tergabung dalam grup *K-Popers* yang menyukai boyband Straykids. Subjek kedua ini mengakui bahwa dirinya menyukai *K-Pop* karena selebriti yang didolakan serta lagu-lagunya telah membantu subjek untuk lebih bersemangat dalam menjalani segala pekerjaan

yang tengah dikerjakannya. Serta subjek kedua juga telah merasakan pembelian besar-besaran dalam *merchandise* hingga menonton konser idolanya untuk *self-reward* nya dengan menyisihkan sebagian penghasilan dari pekerjaannya.

Subjek ketiga yang berusia 20 tahun merupakan seorang mahasiswi yang tergabung dalam grup penggemar boyband NCT. Dimana subjek ketiga merupakan seorang *collector photocard* dan poster atau seseorang yang suka untuk mengumpulkan *photocard* dan postes dari selebriti yang idolanya tersebut. Subjek ketiga mengakui bahwa saat usianya masih sekitar 15 atau 16 tahun yang dimana ia masih duduk di bangku SMA, subjek belum mampu untuk membeli banyak *photocard* dan poster karena belum terbiasanya untuk memange uangnya tersebut. Namun setelah subjek berada pada usianya yang sekarang, ia mengaku telah mampu dalam memanage uang untuk keperluannya dan uang untuk kepuasan pribadinya. Kemudian pada subjek keempat yang berusia 18 tahun merupakan mahasiswi baru yang mengakui bahwa dirinya menyukai *K-Pop* karena subjek merasa sendiri dan sepi di dalam kehidupannya. Minimnya relasi membuat subjek terjun ke dalam dunia *K-Pop* yang dimana hal tersebut dapat menghasilkan dampak yang positif bagi diri subjek saat ini. Kebiasaan subjek yang menyendiri tersebut tidak membuat diri subjek merasa benar-benar sendiri karena subjek merasakan adanya kehadiran dari selebriti idola yang disukainya walaupun hanya lewat handphone. Subjek yang terakhir merupakan subjek kelima yang berusia 22 tahun merupakan mahasiswi yang telah tergabung dalam grup penggemar *K-Pop* BTS. Subjek kelima mengakui bahwa dirinya adalah seorang *K-Popers* atau penggemar *K-Pop* saat tengah menjalani sebuah magang kerja yang dimana ia mencari tahu sebuah musik yang tidak sengaja ia putar pada saat mengengerjakan suatu pekerjaannya. Pencariannya tersebut membuahkan hasil yang menjadikan subjek kelima terus menerus mengulik tentang selebriti idolanya tersebut. Saat ini subjek kelima telah memiliki banyak *merchandise* idola yang disukainya dari penghasilan yang telah ia sisihkan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh kelima subjek tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku *celebrity worship* sebagian besar dilakukan individu dengan rentan di usia dewasa awal. Pada usia tersebut sebagian subjek mempunyai sebuah pekerjaan serta telah memiliki sebuah penghasilannya sendiri. Banyaknya pekerjaan tentu membuat individu merasa sangat kelelahan yang hal tersebut dapat menyebabkan berkurangnya semangat pada diri individu. Namun subjek yang melakukan perilaku *celebrity worship* mengakui bahwa dengan mendengarkan lagu atau mencari tahu informasi seputar idola mereka adalah aktivitas menyenangkan untuk dilakukan sehingga dapat membuat diri mereka bersemangat kembali. Selain itu sebagai *self reward* dari mereka yang telah melakukan banyaknya pekerjaan adalah dengan cara membeli macam-macam *merchandise* hingga dengan menonton konser selebriti yang diidolakan sehingga membuat sebagian besar dari mereka sangat bahagia karena telah menjadi seorang penggemar dari selebriti idolanya tersebut.

Dari hasil wawancara tersebut juga dapat disimpulkan bahwa perilaku *celebrity worship* di usia dewasa awal ini membuat individu lebih banyak merasakan kesendirian yang disebabkan karena minimnya relasi pada lingkungan yang baru. Minimnya relasi menyebabkan beberapa individu melakukan suatu bentuk pemujaan terhadap selebriti atau *celebrity worship* dengan alasan mereka tidak lagi merasa sendiri karena mereka merasa bahwa selebriti yang diidolakan selalu menemaninya, walaupun individu tersebut sedang berada pada lingkungan yang sepi tanpa adanya teman. Namun hal tersebut juga tidak dapat dibenarkan karena semua manusia adalah makhluk yang dimana tidak bisa hidup sendirian di dalam kehidupannya sehari-hari. Sehingga dari perilaku *celebrity worship* terdapat adanya dampak negatif yang hal tersebut dihasilkan dari diri individu. Dari dampak negatif tersebut diperlukan adanya sebuah kontrol diri, yang dimana perilaku kontrol diri tersebut diharapkan dapat mampu untuk mengontrol sebuah perilaku yang dapat menimbulkan dampak negatif bagi dirinya.

Kontrol diri pada seorang penggemar sangat berpengaruh untuk mengetahui apakah penggemar tersebut akan melakukan sebuah pemujaan yang berlebih terhadap idolanya. Karena apabila seorang penggemar yang memiliki kontrol diri yang rendah maka seseorang tersebut akan selalu terobsesi pada sang idolanya bahkan hingga melakukan perilaku tidak rasional yang dapat mengganggu privasi dari idolanya tersebut. Sehingga pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang hubungan antara kontrol diri dengan *celebrity worship* pada penggemar *K-Pop* dewasa awal dan diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu perkembangan ilmu pengetahuan psikologis.

## 1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Hubungan kontrol diri dengan *celebrity worship* telah banyak diteliti oleh beberapa peneliti. Berikut beberapa peneliti terdahulu mengenai hubungan kontrol diri dengan *celebrity worship*:

Pada penelitian yang dilakukan oleh jurnal milik Melida Fitriana pada tahun 2019 dengan judul Hubungan Kontrol Diri Dengan Pemujaan Terhadap Idola Pada Remaja Penggemar *K-Pop*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan skala *self control* dan *celebrity scale*. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin tinggi kontrol diri maka pemujaan idola akan semakin rendah dan sebaliknya

Pada penelitian yang dilakukan oleh Fitriani Dwi Lestari pada tahun 2021 dengan judul Hubungan Kontrol Diri Dengan *Celebrity Worsship* Pada Mahasiswa Penggemar *K-Pop* Di Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan *celebrity worship*, artinya kontrol diri dalam penelitian tersebut tidak mempengaruhi individu dalam melakukan perilaku *celebrity worship*.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh jurnal milik Febiola R. Utami, Novendawati W. Sitasari, dan Yuli A. Rozali pada tahun 2021 dengan judul

Hubungan Kontrol Diri Dengan *Celebrity Worship* Pada ARMY BTS Dewasa Awal. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan negatif lemah yang signifikan antara kontrol diri dengan *celebrity worship* bahwa semakin tinggi kontrol diri, maka semakin rendah tingkat pemujaan terhadap selebriti begitupun sebaliknya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Agustina Dwi Novitasari dan Inayah Wibawanti pada tahun 2022 dengan judul Hubungan Antara *Celebrity Worship* dan Kontrol Diri dengan *Body Image* Pada Penggemar *K-Pop* di Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif, artinya semakin tinggi *celebrity worship* dan kontrol diri dengan *body image*, maka akan semakin tinggi pula *celebrity worship* dan kontrol diri dengan *body image* pada penggemar *K-Pop* di Jabodetabek.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Adzka Ghaffara dan Siti Qodariah pada tahun 2022 dengan judul Hubungan *Self-control* dengan *Celebrity Worship* Pada Mahasiswa Penggemar Stray Kids di Bandung. Teknik pengambilan sampel menggunakan alat ukur *self-control* yang disusun oleh Averill. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan positif yang cukup erat antara *self-control* dengan *celebrity worship*. Artinya semakin tinggi *self-control* maka semakin tinggi pula *celebrity worship* yang dimiliki.

Merujuk pada pembahasan tersebut, maka permasalahan yang akan diteliti ialah:

1. Bagaimana tingkat *celebrity worship* pada penggemar *K-Pop* dewasa awal di Kota Bekasi?
2. Bagaimana tingkat kontrol diri pada penggemar *K-Pop* dewasa awal di Kota Bekasi?
3. Bagaimana hubungan kontrol diri dengan *celebrity worship* pada penggemar *K-Pop* dewasa awal di Kota Bekasi?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui tingkatan *celebrity worship* pada penggemar *K-Pop* dewasa awal di Kota Bekasi
2. Mengetahui tingkatan kontrol diri pada penggemar *K-Pop* dewasa awal di Kota Bekasi
3. Mengetahui hubungan kontrol diri dengan *celebrity worship* pada penggemar *K-Pop* dewasa awal di Kota Bekasi

### 1.4. Manfaat Penelitian

#### 1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan suatu kontribusi lebih terhadap perkembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan studi psikologi khususnya kajian mengenai hubungan antara kontrol diri. Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan penelitian lanjutan untuk meneliti tentang kontrol diri.

#### 1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada berbagai pihak khususnya untuk mahasiswa sebagai sumber informasi untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan *celebrity worship*. Sehingga mendapati sebuah sisi positif dan terhindar dari faktor yang dapat memberikan pengaruh negatif untuk diri sendiri. Kemudian manfaat bagi peneliti adalah sebagai sumber informasi untuk menambah wawasan serta ilmu pengetahuan khususnya tentang hubungan antara kontrol diri dengan *celebrity worship*.