

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Cangara, 2006). Perkembangan media massa di Indonesia saat ini sudah semakin maju. Fungsi dari komunikasi massa itu sendiri antara lain untuk menginformasikan, menghibur, membujuk dan transmisi budaya (Black dan Whitney, 2007). Munculnya berbagai media massa menjadi pertukaran dan penyebaran budaya asing yang masuk ke Indonesia. Hal ini dapat di lihat di beberapa tahun terakhir banyak budaya asing yang masuk ke Indonesia, salah satunya adalah *Korean Style* yang masuk melalui *Korean Pop*, drama seri, maupun tayangan animasinya.

Berangkat dari sinilah musik pop Korea merambah di Indonesia, ditambah juga dengan karakter fisik yang menarik yang dimiliki oleh artis-artis Korea, yang tentu menambah histeria penggemarnya. *Boyband* dan *Girlband* Korea umumnya memiliki jumlah personel yang banyak sehingga penggemar lebih variatif memilih idolanya. *Dance* yang kompak dipadu dengan *wardrobe* yang berkonsep menjadikan *K-pop* suatu suguhan musik yang tidak pernah membosankan (tourismnews.co.id, 2011). *K-pop* merupakan salah satu jenis musik dari Korea Selatan yang mengusung musik pop dan dipadukan dengan gerakan *dance* yang dinamis (Nastiti, 2010). Diawali pada tahun 2011 *K-Pop* menjadi perbincangan hangat bagi masyarakat Indonesia. Musik yang berasal dari negara ginseng ini cukup populer di mancanegara, termasuk Indonesia. Gaya musik yang enerjik dan semangat membuat *K-Pop* disukai banyak kalangan. *Fans* atau penggemar *K-Pop* sendiri dikenal dengan sebutan

*Kpopers*. *Fans Kpop* terdiri dari berbagai macam fandom dan tiap fans memiliki artis favorit atau yang dikenal dengan *bias* (Puspitasari, 2013).

*Kpopers* hampir dapat ditemui di seluruh Indonesia termasuk di Kota Bandung. Berkembangnya *K-Pop* di Bandung dapat dilihat kemunculan komunitas–komunitas yang mempelajari bahasa dan kebudayaan Korea serta *fanclub–fanclub Kpopers* untuk berbagai macam *boyband* atau *girlband* seperti *Exo L*, *Shawol*, *Blackjack*, *ELF*, *SONE*, *Primadonna*, *A+*, *Hottest*, dan sebagainya. *Kpopers* merupakan *fans* yang memiliki ciri khas tersendiri. Mereka memiliki tingkat fanatisme yang dapat dikatakan cukup tinggi (Kapanlagi.com, 2012).

Ada beberapa dampak negatif dari demam Korea ini. Hampir setiap penggemar *K-pop* terutama remaja yang masih bersekolah menggunakan uang saku mereka untuk membeli album original yang disenangi meski harganya yang sangat mahal, sehingga timbul gaya hidup pemborosan di kalangan remaja. Dalam mewujudkan kegemarannya terhadap *K-pop*, para *fans* harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit untuk ukuran siswa sekolah, namun *fans* tidak merasa rugi ketika mereka harus menghabiskan uang saku dan uang tabungan mereka. *Fans* mengaku bisa mendapat kesenangan dan kepuasan tersendiri. Selain itu, mereka cenderung lebih menyukai segala yang berbau Korea seperti lagu, drama, dan sebagainya. Hal tersebut menimbulkan berkurangnya rasa cinta dan kebanggaan terhadap budaya Indonesia sendiri (mjeducation.com, 2012).

Salah satu bentuk fanatisme dari *Kpopers* yang saat ini sedang menjadi kontroversi di Korea Selatan adalah *sasaeng fans*. Berasal dari kata *sasaenghwal* (사생활- privasi/private life) dan fans, kedua kata itu lalu disingkat menjadi *sasaeng fans*, arti sebenarnya dari *sasaeng fans* ini adalah mereka yang tidak ragu untuk menginvasi kehidupan pribadi selebritis (bahkan hingga keluarga, teman-teman dan segalanya) yang mereka idolakan. *Sasaeng fans* mengaku sebagai seorang *fans* yang sangat menyayangi idolanya dan sangat ingin dikenali oleh para

idolanya, jadi agar bisa meraih tujuan itu mereka tidak pernah berhenti mengikuti, hingga bahkan tidak segan untuk menerobos masuk ke dalam apartemen artis idolanya. Bahkan hingga yang paling ekstrim mereka juga tidak ragu untuk menyakiti idola mereka, seperti yang terjadi dengan Tao salah satu personil Exo yang merasa terganggu karena diikuti oleh *sasaeng fans*, Tao merasa risih saat dirinya, Suho dan Sehun (anggota boyband Exo) yang tengah berlibur diikuti *sasaeng fans*. Selain itu *sasaeng fans* pada Boyband Exo juga mengirimkan surat yang ditulis dengan darah di pergelangan tangan, menguntit artis idolanya, dan perbuatan mengganggu lainnya. Semuanya dilakukan agar artis yang diidolakan bisa mengenali mereka dari ribuan banyak *fans* yang lain (allkpop, 2012).

Di Korea terdapat kasus *sasaeng fans* dari boyband Exo. Perempuan berusia 21 tahun berinisial "Nam" ditangkap oleh polisi dikenai tuduhan melakukan penipuan dan penggelapan di internet. Ketika ditanya motifnya melakukan penipuan adalah karena ia ingin selalu mengikuti Exo kemanapun mereka pergi dan membutuhkan biaya yang besar untuk membayar taksi (wowkoren.com, 2014).

Meskipun fenomena *sasaeng fans* terjadi di Korea, namun di Indonesia sering terjadi fenomena yang serupa dengan *sasaeng fans* saat artis Korea akan menggelar konser di Indonesia. Para *fans* biasanya rela menunggu sampai menginap di bandara untuk kedatangan idola mereka kemudian membuntuti idola mereka hingga ke hotel tempat artis idolanya menginap, lalu mereka akan mengambil foto artis tersebut secara diam-diam dan mengunduhnya di jejaring sosial. Mereka berteriak, berpelukan dengan sesama *fans* dan meneteskan air mata. Ada pula *fans* yang nekat menerobos dan memeluk idolanya, sehingga sang artis merasa sedikit terganggu (kapanlagi.com, 2012).

Dalam acara konser *Korean Indonesian Friendship Festival (KIFF)* 12 Oktober 2010, karena keamanan yang kurang ketat dan terdapat para penggemar yang sangat brutal sehingga personil *boyband* yang mengisi acara dalam konser tersebut mengalami cedera pada bagian

kaknya karena di dorong oleh fans hingga terjatuh sehingga ia harus beristirahat dan tidak dapat mengikuti *tour* konser di negara lain, sang artis juga merasa marah karena *fans* menjambak rambutnya dan ada artis yang terjatuh akibat di dorong. Kejadian tersebut membuat para *fans Kpop* di seluruh dunia sempat menyalahkan dan marah pada *fans Kpop* di Indonesia (allkpop, 2010).

Exo merupakan *boyband* yang berasal dari Korea Selatan yang di produseri oleh SM Entertainment dan debut pada bulan januari 2011. Exo memiliki 10 orang anggota, Exo dibagi menjadi 2 subgrup yaitu EXO-K untuk nama subgrup di Korea dan EXO-M untuk subgrup di Cina. Exo L merupakan sebutan untuk para penggemar Exo. Pada tanggal 9 September 2014, Exo melangsungkan konser pertama mereka di Indonesia. Konser tersebut diadakan di Lapangan D Senayan, Jakarta. Acara dimulai pukul 18.30 WIB, namun karena antusiasme EXO L yang sangat tinggi tidak sedikit dari mereka yang datang dari jam 07.00 WIB bahkan telah menginap semalam sebelumnya untuk menukarkan tiket. Pintu gerbang untuk masuk ke lokasi konser baru akan dibuka pukul 16.00 WIB, namun sejak pukul 12.00 WIB antrean EXO-L sudah mencapai lebih dari 500 meter. Kedatangan Exo dalam menggelar konser di Indonesia disambut sangat antusias oleh EXO-L Indonesia (wowkeren.com, 2014).

Penelitian ini akan dilakukan pada fandom Exo L di Kota Bandung, yaitu fandom resmi Exo. Suatu komunitas yang terdiri dari orang-orang yang menyukai idol group yang sama disebut dengan fandom. Fandom juga diartikan sebagai segala hal yang berhubungan dengan dunia fans para artis (Hallyucafe.com, 2011).

Peneliti melakukan survey awal pada anggota Exo L Bandung dengan cara wawancara. Komunitas Exo L di Bandung sudah terbentuk sejak tahun 2011 melalui grup facebook 'Official Exo Bandung' dengan anggota yang bergabung sekitar ±3.306 orang anggota dan Exo L Bandung juga memiliki account twitter '@off\_exobandung' dengan ±2.600 followers.

Exo L Bandung sering mengadakan *fans-gathering*, yaitu berkumpulnya penggemar dalam suatu acara yang di isi dengan kegiatan menonton bersama kompetisi *cover dance* dan *cover song*, *bazaar* serta adanya rangkaian *games*. *Fans-gathering* ini juga biasa diadakan dalam rangka memperingati tanggal-tanggal khusus yaitu merayakan ulang tahun personil Exo ataupun ulang tahun dari member Exo itu sendiri. Pada saat Exo mengadakan konser di indonesia, Exo L Bandung mengadakan acara pulang pergi bersama untuk menonton konser Exo tersebut, Exo L Bandung yang mengikuti Pulang Pergi bersama untuk menghadiri konser sekitar ±100 orang. Pada konser tersebut Exo L memiliki *Fan-Chant*, berbeda dengan artis dari barat ataupun Indonesia pada *boyband* Exo di setiap lagunya diharuskan memiliki *Fan-Chant* yaitu nyanyian penggemar atau teriakan penggemar yang dilakukan dalam konser dimana penggemar mengucapkan kata atau frasa tertentu di sela-sela lagu. Kata dan frasa yang di jadikan *Fan Chant* tersebut di buat dan di sepakati oleh Exo L Korea dan dapat diikuti oleh Exo L di seluruh dunia termasuk pada Exo L Bandung saat menonton konser Exo.

Exo L Bandung juga sering mengadakan *Fans-project* yaitu proyek bersama yang melibatkan para penggemar dan di akomodir oleh *fanbase* Exo L Bandung, *Fans-project* berupa pembuatan hand banner, pengiriman kartu ucapan selamat ulang tahun, pembelian album terbaru dan pembuatan *fans video*. Exo L Bandung juga membuat t-shirt yang menunjukkan identitas anggota yang memilikinya, bahwa mereka merupakan anggota Exo L Bandung. Beberapa anggota Exo L Bandung juga senang membaca atau membuat *Fan Fiction*. *Fan Fiction* merupakan karya fiksi berupa cerita yang di buat oleh penggemar dengan menyertakan personil exo menjadi tokoh utama. Alasan anggota Exo L Bandung senang membaca atau membuat *Fan Fiction* di antaranya adalah karena ceritanya yang menarik dan tokoh utama dalam *Fan Fiction* tersebut adalah personil dari Exo sehingga mudah untuk mendapat gambaran mengenai ekspresi dan sosok dari tokoh utamanya, dengan membaca *Fan Fiction* juga penggemar dapat berimajinasi seolah menjadi pasangan atau belahan jiwa dari

artis favoritnya. Isi cerita dari *Fan Fiction* itu sendiri bervariasi, dari bertemakan percintaan, komedi, detektif atau horor adapula yang membuat *fan fiction* dengan tema *No Children (NC)*. *Fan fiction no children* adalah cerita yang dibuat untuk di baca oleh orang dewasa karena bertemakan cerita dewasa dan ceritanya mengandung unsur pornoaksi, meskipun *fan fiction no children* dibuat untuk di baca oleh orang yang sudah dewasa namun banyak fans yang belum cukup umur dapat membaca *fan fiction*. *Fan fiction NC* menyebabkan fans dapat berimajinasi yang berlebihan yang tidak dapat dilakukan oleh fans dan idolanya di dunia nyata sehingga fans sering berfikir tidak rasional. Fans juga ada yang senang membuat dan membaca *Fan Fiction yaoi*. *Fan Fiction yaoi* adalah cerita fiksi yang mengisahkan tentang percintaan sesama jenis biasanya menceritakan kisah percintaan artis dalam satu grup *boyband* tersebut. Tentu hal ini sangat merusak mental dan moral para remaja Indonesia yang akhirnya dapat berakibat ke dalam kehidupan sehari-hari, mereka bisa menganggap percintaan sesama jenis adalah hal yang biasa.

Berdasarkan wawancara dari 21 Orang, Exo L Bandung menyatakan bahwa *Fans* mengalami perasaan marah dan kesal ketika idolanya dihina oleh orang lain, yang dilakukan oleh mereka adalah mereka akan membela idolanya. Perasaan marah dan kesal tersebut juga sering menyebabkan keributan di jejaring sosial yang sering disebut sebagai *fanwar* yaitu perang antar penggemar dari *fandom* yang berbeda. Para fans bisa saling menghina, menjelek-jelekan dan menghina orang lain yang menjelek-jelekan idolanya tersebut. Walaupun idolanya tersebut melakukan kesalahan, fans tetap melakukan pembelaan atau membenarkan pada idolanya dan tidak berfikir secara mendalam mengenai perilaku idolanya apakah idolanya melakukan perilaku yang salah atau benar.

Terdapat 7 dari 21 orang fans yang tidak dapat menonton konser Exo secara langsung. Perilaku Exo L ketika mereka tidak dapat menonton konser Exo mereka merasakan perasaan sedih, kesal, dan kecewa karena tidak bisa membelinya serta iri kepada sesama Exo L yang



bisa membeli dan menonton konser tersebut ada juga yang sampai mengurung diri kamar tidak mau berinteraksi dengan orangtuanya karena tidak dapat membelikan tiket konser, fans juga tidak mau makan karena merasa tidak nafsu makan dan mengaku mengalami *mood* yang buruk, akhirnya dapat berinteraksi kembali dengan orangtuanya dengan cara dibujuk dan dijanjikan akan dibelikan tiket konser tahun depan. *Fans* pun mengakui mereka menangis karena tidak dapat menonton konser. Ada juga *fans* yang menyatakan saat tidak dapat menonton konser Exo karena tidak memiliki cukup uang untuk membeli tiket, ia menunggu di bandara dan menyusul di luar tempat konser berharap dapat bertemu dengan idolanya.

Terdapat 9 dari 21 orang fans yang berumur 20 - 26 tahun mengakui tidak memiliki pasangan karena *fans* membayangkan idolanya tersebut sebagai suami mereka. *Fans* merasa bahwa idolanya tersebut adalah milik mereka, ketika idolanya memiliki pasangan, *fans* merasa marah dan kesal pada pasangan idolanya tersebut. *Fans* juga merasakan kecewa mengapa idolanya harus memiliki pasangan.

Dari fenomena yang telah dipaparkan tersebut, Penggemar yang terlalu mengagumi idolanya dapat dikategorikan sebagai *celebrity worship*. Psikolog sering mendefinisikan hubungan yang berkembang antara penggemar dengan selebriti disebut sebagai hubungan parasosial, yaitu hubungan satu sisi dimana satu pihak mengetahui banyak hal tentang orang lain, tetapi bukan merupakan hubungan timbal balik (misalnya, *fans* mengetahui banyak hal tentang selebriti namun tidak sebaliknya). *Celebrity worship* adalah bentuk dari hubungan parasosial dimana audiens menjadi terobsesi terhadap selebriti (McCutcheon, Ashe, Houran, Maltby, 2002). *Celebrity worship* merupakan gangguan obsesif-adiktif di mana seseorang menjadi terlalu terlibat dengan rincian kehidupan pribadi selebriti. Terdapat tiga dimensi *Celebrity Worship* yang bisa digambarkan sebagai tingkatan, yaitu dimensi *Entertainment-social*, dimensi *Intense-Personal*, dan dimensi *Borderline-Pathological*.

Pada dimensi *Entertainment-social*, fans menunjukkan sikap bahwa mereka tertarik pada selebriti favoritnya karena mereka dipersepsi mampu untuk menghibur dan menjadi perhatian sosial. Kemudian pada dimensi *Intense-Personal*, fans memiliki perasaan yang kuat dan berulang-ulang terhadap selebriti favoritnya, biasa disebut penggemar memiliki kecenderungan obsesif. Pada dimensi *Borderline-Pathological*, dimensi ini ditandai dengan perilaku dan fantasi yang tidak terkontrol menyangkut selebriti favorit individu.

L. Sheridan dkk (2007) melakukan penelitian mengenai hubungan antara *celebrity worship* dan kecanduan, dan hubungan antara *celebrity worship* dan kriminalitas menunjukkan bahwa kecanduan dan kriminalitas secara signifikan terkait dengan *celebrity worship*.

Berdasarkan uraian diatas, terdapat gambaran mengenai sikap pemujaan yang dilakukan oleh Exo L Bandung terhadap sosok idolanya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Studi Deskriptif mengenai *Celebrity Worship* pada Penggemar Exo di Kota Bandung.”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari penelitian ini ingin diketahui bagaimana tingkatan dimensi *Celebrity Worship* pada penggemar *Boyband* Exo di Kota Bandung.

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud**

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan mengenai tingkatan dimensi *Celebrity Worship* pada penggemar *Boyband* Exo di Kota Bandung.



### 1.3.2 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkatan dimensi *Celebrity Worship* pada penggemar *Boyband* Exo di Kota Bandung.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Kegunaan Teoretis

- Memberikan informasi mengenai *Celebrity Worship* ke dalam bidang ilmu Psikologi Sosial dan Psikologi Klinis.
- Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian untuk penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan *Celebrity Worship*.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran kepada penggemar Exo di Kota Bandung mengenai interaksi parasosial yang dimiliki oleh para penggemar Exo yang berada di Kota Bandung, dan dampak yang mungkin timbul dari *Celebrity Worship* tersebut.
- Memberikan informasi dan masukan kepada fanclub Exo L dalam mengelola anggotanya dan mengarahkan anggotanya agar memuja idolanya dalam kadar yang wajar dan positif, sehingga diharapkan mereka dapat memanfaatkan dan mengembangkan diri mereka terutama dalam mengekspresikan kekaguman mereka terhadap idolanya dengan cara yang sehat dan tidak merugikan diri sendiri ataupun orang lain.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada para peneliti lain yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai *Celebrity Worship*.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Exo L merupakan sebutan untuk para penggemar Exo (wowkeren.com, 2014). Exo L hampir dapat ditemui di seluruh Indonesia termasuk di Kota Bandung. Exo L merasa bahwa mereka mengenal dekat dengan artis idolanya meskipun mereka belum pernah melakukan komunikasi secara langsung. Perilaku dan peristiwa yang terjadi pada kehidupan artis idolanya dapat mempengaruhi perasaan dan emosi fans, seolah-olah mereka memiliki hubungan yang dekat dengan artis idolanya di dunia nyata. Hal tersebut merupakan bentuk dari hubungan parasosial yang dimiliki fans terhadap idolanya.

Horton dan Wohl (1956) mendefinisikan istilah hubungan parasosial yang digambarkan sebagai hubungan tatap muka yang tidak nyata antara audiens dengan orang-orang yang muncul di media massa. Pada tahap hubungan parasosial disini fans mengetahui banyak hal tentang selebriti favoritnya namun tidak sebaliknya atau hubungan yang dimiliki oleh fans terhadap idolanya hanya berlangsung satu arah.

Pada awalnya fans tertarik dengan musik Exo, rasa suka terhadap musik Exo menyebabkan fans mulai tertarik dengan personil Exo, lalu fans mencari informasi mengenai Exo, mengumpulkan/mengkoleksi barang-barang yang berhubungan dengan Exo, marah dan kesal jika Exo dijelek-jelekkkan hingga menyebabkan keributan di jejaring sosial, membayangkan personil Exo sebagai pasangan mereka dan menganggap idolanya tersebut adalah miliknya sehingga sikap tersebut termasuk kedalam *Celebrity Worship*.

*Celebrity worship* adalah bentuk dari hubungan parasosial dimana fans menjadi terobsesi terhadap selebriti (McCutcheon, Ashe, Houran, Maltby, 2002). *Celebrity Worship* merupakan gangguan obsesif-adiktif di mana seseorang menjadi terlalu terlibat dengan rincian kehidupan pribadi selebriti. Maltby, McCutcheon, Ashe dan Houran (2002) mengidentifikasi tiga dimensi *Celebrity Worship* yang bisa digambarkan sebagai tingkatan.

McCutcheon, dkk 2004 mengemukakan bahwa *celebrity worship* memiliki 3 dimensi yang dapat digambarkan sebagai tingkatan dan berlangsung sepanjang kontinum yang dimulai dengan minat selebriti untuk hiburan dan nilai sosial (*entertainment social*) kemudian berkembang ke arah worship yang lebih intens (*intense personal*) dan terakhir mengarah pada yang paling ekstrim dari *celebrity worship* yaitu *borderline pathological*. Hal ini jelas bahwa *celebrity worship* yang ekstrim dianggap identik dengan erotomania dan gangguan delusional yang serius. Alat ukur *Celebrity worship* adalah *Celebrity Attitude Scale* (CAS), alat ukur tersebut dapat mengidentifikasi fans yang telah kecanduan minat mereka pada selebriti favoritnya. Jika seseorang sudah mengatakan setuju pada item *borderline pathological* yaitu dimensi yang paling tinggi dan ekstrim walaupun berada pada jumlah skor yang sedang maka seseorang tersebut sudah dapat di katakan berada pada dimensi *celebrity worship* yang *borderline pathological*.

Kemudian di jelaskan bahwa dimensi yang pertama adalah *Entertainment-social*. Dimensi *Entertainment-Social* merupakan tingkatan *celebrity worship* yang paling rendah (Maltby, Houran, dan McCutcheon (2006). Pada dimensi ini fans Exo menunjukkan sikap bahwa mereka tertarik pada selebriti favoritnya karena mereka dipersepsi mampu untuk menghibur dan menjadi perhatian sosial. Dalam dimensi ini fans Exo mulai aktif dalam mencari informasi melalui media mengenai Exo, kemudian Exo L juga merasa bahwa penting atau senang membicarakan Exo dengan orang banyak dan juga senang membicarakannya dengan sesama Exo L yang juga mengidolakan Exo, kemudian Exo L senang menonton video mengenai Exo dan memantau jejaring sosial untuk mencari informasi mengenai Exo.

Dimensi yang kedua adalah *Intense-Personal*. Dimensi *Intense-Personal* merupakan tingkatan *celebrity worship* yang sedang (Maltby, Houran, dan McCutcheon (2006). Pada dimensi *intense-personal*, fans memiliki perasaan yang kuat dan berulang-ulang terhadap selebriti favoritnya, biasa disebut penggemar memiliki kecenderungan obsesif. Dalam

dimensi ini Exo L merasa memiliki ikatan khusus dengan idolanya bahkan ikut merasakan apa yang terjadi dengan idolanya, Exo L akan memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun tentang Exo , mulai dari berita terbaru hingga informasi mengenai pribadi Exo. Exo L memiliki perasaan yang impulsif terhadap Exo dan cenderung obsesif, Rasa empati yang tinggi yang dirasakan Exo L terhadap Exo membuat Exo L merasa memiliki ikatan khusus dengan Exo bahkan ikut merasakan apa yang terjadi dengan Exo. Exo L juga sering memikirkan Exo dan menganggap sebagai belahan jiwanya.

Dimensi yang ketiga adalah *Borderline-Pathological*. Dimensi *Borderline-Pathological* merupakan tingkatan *celebrity worship* yang paling ekstrim (Maltby, Houran, dan McCutcheon (2006). Dimensi ini ditandai dengan *fans* memiliki tingkah laku yang tidak terkontrol dan mulai berfantasi dan berkhayal memiliki kedekatan khusus dengan idolanya. Dalam dimensi ini Exo L digambarkan dalam sikap seperti, kesediaan untuk melakukan apapun demi Exo meskipun hal tersebut melanggar hukum, Exo L mulai berfantasi dan berkhayal memiliki kedekatan khusus dengan Exo dan juga memiliki keyakinan bahwa Exo akan menolong saat Exo L tersebut sedang membutuhkan bantuan. Exo L yang seperti ini tampak memiliki pemikiran yang tidak terkontrol dan menjadi irasional.

Pembentukan dimensi-dimensi *celebrity worship* dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, diantaranya yaitu yang pertama adalah kepribadian. Ada penelitian tentang korelasi antara kepribadian dengan *Celebrity Worship* dari Maltby, Houran, dan McCutcheon (2002) yang mengemukakan bahwa tiga dimensi dari *Celebrity Worship* kemungkinan memiliki hubungan paralel dengan tiga dimensi dari teori kepribadian Eysenckian, *psychoticism*, *neurotisme*, dan *extraversion*. Exo L yang memiliki kepribadian yang mudah bersosialisasi, pencari sensasi, riang, dan optimis (*extraversion*) akan memiliki *celebrity worship* yang rendah dalam hal ini Exo L berada pada dimensi *Entertainment-social*. Dengan kata lain, pada

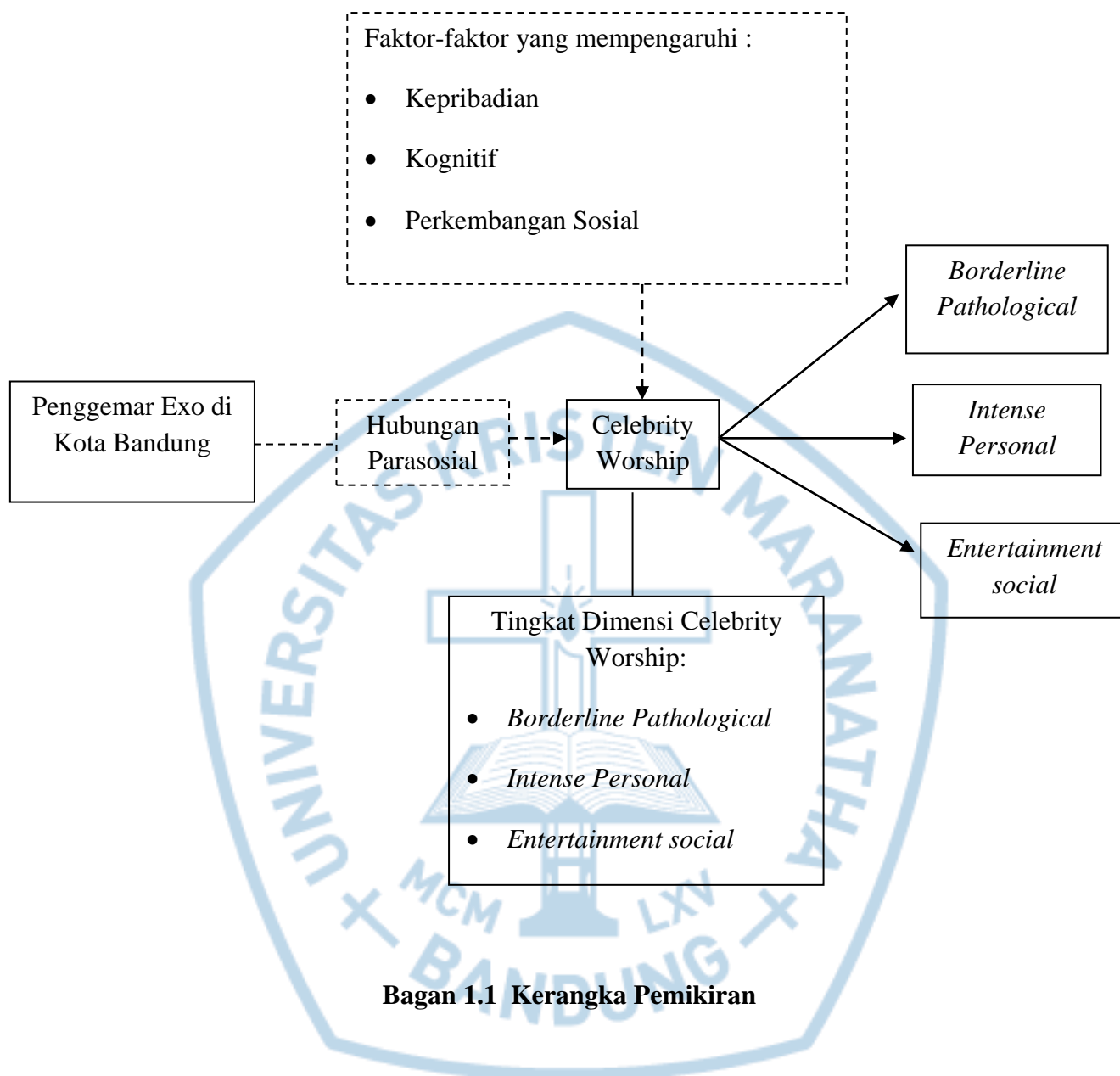
dimensi *Entertainment-Social*, Exo L yang sering membicarakan dan melakukan hal-hal yang berhubungan dengan selebriti favoritnya, berhubungan dengan *extraversion*.

Dalam hal yang sama, Exo L yang memiliki kepribadian yang pencemas, mudah khawatir dan pemurung (*neuroticism*) akan memiliki dimensi *celebrity worship* yang sedang. Dengan kata lain pada dimensi *intense-personal*, Exo L akan terobsesi dengan selebriti favoritnya yang berhubungan dengan *neuroticism*. Terakhir, Exo L yang memiliki kepribadian yang suka menyendiri, kejam dan antisosial (*psychoticism*) akan memiliki *celebrity worship* yang tinggi. Sehingga pada dimensi *Borderline-Pathological*, Exo L akan melakukan perilaku atau hal-hal impulsif (seperti membeli barang yang pernah digunakan oleh selebriti favorit dan mau melakukan hal yang melanggar aturan/hukum untuk selebriti favoritnya), terkait dengan *psychoticism*.

Faktor kedua yang memengaruhi *celebrity worship* adalah kognitif. Exo L yang memiliki tingkat intelegensi yang tinggi misalnya memiliki prestasi di sekolah, merasa dirinya sama berbakat atau bersinarnya seperti selebriti akan terlindungi dari fenomena *celebrity worship*. Berbeda dengan Exo L yang memiliki tingkat intelegensi yang rendah akan lebih mudah terpengaruhi dari dampak *celebrity worship*.

Faktor ketiga yaitu perkembangan sosial. Giles dan Maltby (2004) memandang bentuk hubungan antara remaja dengan selebriti favoritnya sebagai *secondary attachment*. Exo L yang memiliki keterikatan dengan orang tua secara hangat serta memiliki relasi pertemanan yang luas, maka akan terlindungi dari fenomena *celebrity worship*. Berbeda dengan Exo L yang kurang memiliki keterikatan dengan orang tua serta kurang memiliki relasi pertemanan yang luas akan lebih mudah terpengaruhi dari dampak *celebrity worship*.

### Skema Kerangka Pikir :



**Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran**

### 1.6 Asumsi Penelitian

Asumsi dari penelitian mengenai celebrity worship pada penggemar Exo adalah sebagai berikut :

1. Exo L merupakan fans yang fanatik dan mudah terobsesi dengan artis idolanya.
2. Setiap penggemar Exo memiliki dimensi *celebrity worship* yang berbeda-beda.



3. Pada *Entertainment-social* penggemar Exo menunjukkan sikap bahwa mereka tertarik pada selebriti favoritnya karena mereka dipersepsi mampu untuk menghibur dan menjadi perhatian sosial.
4. Pada *Intense-Personal* Penggemar Exo memiliki perasaan yang kuat dan berulang-ulang terhadap selebriti favoritnya, biasa disebut penggemar memiliki kecenderungan obsesif.
5. Pada *Borderline Pathological* penggemar Exo memiliki perilaku dan fantasi yang tidak terkontrol menyangkut selebriti favoritnya.
6. *Celebrity worship* dipengaruhi oleh faktor – faktor lain seperti kepribadian, kognitif dan perkembangan sosial.

