

HUBUNGAN ANTARA KEMATANGAN EMOSI DENGAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA DEWASA AWAL PENGGEMAR *K-POP*

Yunika Irnadianis Ifada
Tabah Aris Nurjaman

Program Studi Psikologi
Fakultas Bisnis & Humaniora
Universitas Teknologi Yogyakarta
Email: yunikairnadianisifada@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengidolaan dapat menimbulkan obsesi berlebih pada idola. Pengidolaan terhadap artis k-pop secara berlebihan dapat menimbulkan fenomena celebrity worship. Celebrity worship akan mencapai puncaknya pada usia remaja dan menurun perlahan pada usia dewasa. Fakta yang terkumpul dari berbagai laporan media massa menyampaikan bahwa celebrity worship masih muncul pada usia dewasa awal. Individu dewasa awal diharapkan memiliki kematangan emosi yang lebih baik dari sebelumnya (Hurlock, 1980). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kematangan emosi dengan celebrity worship pada dewasa awal penggemar k-pop. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan uji korelasi product moment. Subjek pada penelitian ini adalah 110 penggemar k-pop usia dewasa awal yang diambil menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan skala likert yang dikembangkan berdasarkan teori Murray (1997) untuk variabel kematangan emosi dan teori Maltby (2006) untuk variabel celebrity worship. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan uji korelasi pearson dengan bantuan SPSS 23 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara kematangan emosi dengan celebrity worship pada dewasa awal penggemar k-pop dengan nilai signifikansi 0,163 ($p > 0,05$). Artinya semakin tinggi kematangan emosi dewasa awal penggemar k-pop, tidak menentukan tingginya celebrity worship pada dewasa awal penggemar k-pop.

Kata kunci: *Celebrity Worship, Dewasa Awal, Kematangan Emosi, K-popers.*

THE RELATIONSHIP BETWEEN EMOTIONAL MATURITY AND CELEBRITY WORSHIP IN EARLY ADULT K-POP FANS

Yunika Irnadianis Ifada
Tabah Aris Nurjaman

Psychology Study Program
Faculty of Business & Humanities
Yogyakarta University of Technology
Email: yunikairnadianisifada@gmail.com

ABSTRACT

Idol activities can lead to excessive obsession with idols. Excessive idolization of k-pop can give rise to the celebrity worship phenomenon. Celebrity worship will reach its peak in adolescence and decline slowly in adulthood. Facts gathered from various mass media report show that celebrity worship still appears in early adulthood. Early adult individuals are expected to have better emotional maturity than before (Hurlock, 1980). This research aims to determine the relationship between emotional maturity and celebrity worship among early adult k-pop fans. This research uses a quantitative method with data analysis techniques using the product moment correlation test. The subject in this study were 110 k-pop fans in early adulthood who were taken using purposive sampling techniques. Data were collected using a likert scale developed based on Murray's (1997) theory for the emotional maturity variable and Maltby's (2006) theory for celebrity worship variable. The collected data was analyzed using the Pearson correlation test with the help of SPSS 23 for windows. The result of the research show that there is no relationship between emotional maturity and celebrity worship in early adult k-pop fans with a significance value of 0,163 ($p > 0,05$). This means that the higher the emotional maturity of early adult k-pop fans, does not determine the level of celebrity worship in early adult k-pop fans.

Keywords: *Celebrity Worship, Early Adulthood, Emotional Maturity, K-poppers.*