

PENGARUH POLA ASUH ORANG TUA DAN CELEBRITY WORSHIP TERHADAP SELF-ESTEEM REMAJA PENGGEMAR K-POP DI DKI JAKARTA

**Naqiyah Maryam
Mulia Sari Dewi**

Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Abstrak

Saat remaja melalui tahapan perkembangannya terdapat perilaku mengidolakan artis yang menarik untuk diteliti, khususnya tentang pengaruhnya terhadap tugas perkembangan remaja, yaitu pembentukan self esteem. Penelitian kuantitatif dengan analisis berganda ini menggunakan sampel penelitian sebanyak 200 remaja penggemar K-Pop yang berdomisili di DKI Jakarta dan berusia 15-18 tahun. Alat ukur self-esteem yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil adaptasi dari Rosenberg Self Esteem Scale, alat ukur pola asuh orang tua yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil adaptasi dari Parental Authority Questionnaire, dan alat ukur celebrity worship yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil adaptasi dari Celebrity Attitude Scale. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pola asuh orang tua, celebrity worship, jenis kelamin, dan status sosial ekonomi terhadap self-esteem remaja penggemar K-Pop di DKI Jakarta. Berdasarkan besarnya koefisien regresi dari masing-masing IV terhadap self-esteem, pola asuh otoritatif secara positif dan signifikan mempengaruhi self-esteem remaja penggemar K-Pop di DKI Jakarta.

Kata kunci: *celebrity worship*, jenis kelamin, pola asuh orang tua, *self-esteem*, status sosial ekonomi

LATAR BELAKANG

Mengidolakan seseorang menjadi salah satu tren bagi remaja saat ini. Bagi beberapa individu, sosok idola berperan penting dalam kehidupan dan menjadi panutan yang diikuti dalam berperilaku. Penggemar berkaitan erat dengan idola atau selebriti. Salah satu kelompok penggemar yang dikenal mendunia yaitu penggemar K-Pop. Saat ini penggemar K-Pop semakin bertambah jumlahnya seiring dengan perkembangan budaya dan teknologi.

Musik pop Korea atau K-Pop telah memiliki daya tarik internasional dan menjadi perhatian bagi komunitas penggemar. Daya tarik terbesar dari K-Pop yaitu berupa irama musik yang kuat dan aspek hiburan yang menggabungkan gerakan tarian serta *fashion*. K-Pop yang mendapatkan popularitas pertama di Asia Timur memasuki pasar musik Jepang di pergantian abad ke-21 dan tumbuh dari genre musik menjadi subkultur kalangan remaja di Asia Timur dan Tenggara. Saat ini penyebaran K-Pop terlihat di beberapa bagian Amerika Latin, Timur Laut India, Afrika Utara, Timur Tengah, dan Eropa Timur. Situs media online seperti YouTube menjadi sarana utama bagi K-Pop di pasar luar Asia. Munculnya K-Pop di dunia internasional diwakili oleh penyanyi Korea bernama Psy dengan lagu berjudul “*Gangnam Style*”, yang langsung populer setelah dirilis pada akhir tahun 2012. Video YouTube dari lagu tersebut telah ditonton oleh lebih dari dua miliar orang. Keberhasilan “*Gangnam Style*” yang mendunia didahului oleh gelombang grup idola K-Pop, seperti TVXQ, Super Junior, Big Bang, 2NE1, Beast, Girls Generation, 2PM dan Wonder Girls, yang mendominasi pasar musik pop di Asia (Department Global Communication and Contents Division, 2012).

Walaupun belum ada data statistik resmi yang menunjukkan jumlah penggemar K-Pop di Indonesia, tetap dapat dikatakan bahwa penggemar K-Pop di Indonesia jumlahnya sangat banyak. Terbukti dari data-data di lapangan yang mendukung hal tersebut. Salah satunya dilihat dari penjualan tiket konser. *Boyband* K-Pop papan atas, Big Bang, membuktikan popularitasnya di Indonesia dengan membuat server penjualan tiket konser

menjadi *crash* saat mulai 30 detik pertama penjualan tiket, dikarenakan sekitar 50 ribu orang mengunjungi server bersamaan dalam waktu 30 detik saat *pre-sale*. Bahkan di server lain, penjualan tiket untuk konser di Jakarta tersebut habis terjual dalam waktu 10 menit (Irawan, 2012). Informasi terbaru juga mengungkapkan bahwa penjualan tiket konser *boyband* Super Junior di Indonesia telah terjual 70 persen hanya dalam beberapa hari, dari total tiket konser sebanyak 10 ribu (Pemita, 2015).

Kepopuleran K-Pop juga dapat terlihat melalui banyaknya kemunculan komunitas penggemar K-Pop. Berkaitan dengan hal tersebut, menurut Raviv (dalam Haspel, 2006) individu membentuk identitas diri dan bergabung dengan kelompok sebaya saat memasuki masa remaja. Remaja sering bergantung pada kelompok sebaya dan dapat menyesuaikan diri dengan nilai-nilai, keyakinan, dan perilaku yang ada di kelompok sebaya.

Komunitas-komunitas penggemar *boyband* Korea di Indonesia mencapai ratusan ribu dan aktif di berbagai media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *blog*, forum-forum dan *fanbase*. Salah satu komunitas yang dimaksud yaitu *Korean Pop Lovers*. Komunitas ini merangkul komunitas-komunitas penggemar Korea yang berada di Indonesia. Komunitas tersebut juga aktif membuat *event* di setiap distrik di Indonesia (Astuti & Nandiasa, 2012).

Penggemar K-Pop yang ada di Indonesia didominasi oleh remaja. *Self-esteem* yang diartikan Rosenberg (dalam Mruk, 2006) sebagai suatu pemikiran yang didasarkan pada persepsi mengenai keberhargaan diri, menjadi permasalahan yang identik dengan remaja. *Self-esteem* pada remaja penggemar K-Pop dapat terlihat melalui bagaimana dirinya memandang sosok idola K-Pop.

Remaja memandang idola atau selebriti sebagai *role model* dan sosok yang dapat ditiru. Idola atau selebriti menikmati kesuksesan dan status yang diperolehnya. Seseorang dapat menjadi idola atau selebriti dikarenakan memiliki sesuatu yang spesial seperti memiliki bakat khusus atau wajah yang mempesona (Haspel, 2006).

Sedangkan individu yang menjadi *follower* selebriti dan tidak mampu mencapai ketenaran seperti selebriti dikatakan sebagai penggemar. Lewis

(dalam Haspel, 2006) mengkarakteristikan penggemar sebagai individu yang kekanak-kanakan, kurang berpengetahuan, dan merasa kesepian. Penelitian McCutcheon dan Maltby (dalam Haspel, 2006) tentang stereotip penggemar mengungkapkan bahwa dari hasil survei yang dilakukan di Inggris dan Amerika Serikat menggambarkan penggemar sebagai individu yang kurang berpengetahuan, tidak bertanggung jawab, dan berperilaku pasif. Beberapa sifat tersebut sesuai dengan karakteristik individu yang memiliki masalah pada *self-esteem* yang dipaparkan oleh Rosenberg dan Owens (dalam Mruk, 2006) serta Guindon (2010).

Pada penggemar K-Pop, terdapat penggemar yang berperilaku negatif dan menggambarkan adanya masalah pada *self-esteem*, seperti berbuat kerusakan dan menampilkan sikap yang tidak bertanggung jawab. Tipe penggemar tersebut dikenal dengan sebutan *sasaeng fans*. *Sasaeng fans* merupakan tipe penggemar yang akan mengikuti kemanapun idola K-Pop pergi dan selalu berusaha berada di dekatnya. Perilaku penggemar tersebut bahkan dapat membuat idola K-Pop merasa takut. Contoh kasusnya seperti yang dialami salah satu personel *boyband* Super Junior, dimana penggemarnya pernah mengikutinya hingga ke dalam pesawat dan bahkan dapat duduk di sampingnya. Perilaku lainnya yaitu penggemar tersebut juga rela mendatangi asrama idola K-Pop dan berteriak memanggil nama idolanya sehingga warga di sekitar asrama terganggu. *Sasaeng fans* juga mengikuti idolanya di jalan raya hingga saling mengejar antar mobil (Fathiyah, 2012).

Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap pembentukan *self-esteem* remaja. Menurut Rosenberg (dalam Guindon, 2010), *feedback* dari orang lain terutama *significant others* menjadi elemen utama dalam *self-esteem*. Salah satu pihak yang berpengaruh pada perkembangan remaja yaitu keluarga. Keluarga terutama orang tua berperan penting dalam perkembangan *self-esteem* remaja. Penelitian mengenai pengaruh kontrol orang tua terhadap *self-esteem* remaja mengemukakan bahwa salah satu aspek dari kontrol orang tua, yaitu aturan yang dibuat oleh orang tua berpengaruh pada penurunan *self-esteem* remaja (Kakihara, Tilton-Weaver,

Kerr, & Stattin, 2010).

Coopersmith (dalam Guindon, 2010) menekankan bahwa terdapat peran orang tua dalam perkembangan *self-esteem* di kalangan anak-anak dan faktor-faktor yang berkenaan dengan orang tua seperti pola asuh orang tua yang dikaitkan dengan perkembangan *self-esteem*. Menurut Hildebrand (2000), pola asuh merupakan cara orang tua secara konsisten berinteraksi dengan anak. Suatu pola asuh dihasilkan dari segala sesuatu yang mempengaruhi pemikiran seseorang tentang membesarkan anak. Pola asuh mencakup semua interaksi antara orang tua dengan anak.

Baumrind (dalam Guindon, 2010) mengidentifikasi ada tiga macam pola asuh orang tua yaitu otoritatif, otoriter, dan permisif. Ketiganya menjadi fokus penelitian yang meninjau hubungan antara pengasuh dengan perkembangan psikososial anak.

Menurut Lamborn (dalam Papalia, Olds & Feldman, 2009), salah satu jenis pola asuh yang berkaitan dengan peningkatan *self-esteem* remaja yaitu pola asuh otoritatif. Orang tua yang otoritatif menegakkan peraturan, norma dan nilai-nilai yang penting, tetapi bersedia untuk mendengarkan, menjelaskan, dan bernegosiasi. Pengasuhan ibu yang otoritatif ditemukan berhubungan dengan peningkatan *self-esteem* (Milevsky, Schlechter, Netter, & Keehn, 2007).

Berbeda jika dibandingkan dengan pola asuh otoriter. Fuligni dan Eccles (dalam Papalia, Olds & Feldman, 2009) menjelaskan bahwa pola asuh otoriter yang terlalu ketat dapat membuat remaja menolak pengaruh orang tua serta mencari dukungan dan penerimaan dari teman sebaya dengan segala cara.

Penelitian lain juga mengungkapkan hasil yang sama. Hubungan antara pola asuh orang tua dengan *self-esteem* mengungkapkan bahwa pola asuh otoritatif ditemukan berhubungan dengan peningkatan *self-esteem* dan pola asuh otoriter ditemukan berhubungan dengan penurunan *self-esteem* (McKinney, Milone & Renk, 2011). Serupa dengan pola asuh otoriter, pola asuh permisif juga ditemukan memiliki pengaruh terhadap penurunan *self-esteem* remaja (Martinez, Garcia & Yubero, 2007).

Selain keluarga, teman sebaya juga ikut berperan penting pada perkembangan *self-esteem* remaja. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara *self-esteem* remaja dengan dukungan sosial dari keluarga dan teman sebaya. Perkembangan psikososial seseorang dimulai dalam keluarga. Kemudian berlanjut ke teman sebaya yang juga berperan penting dalam perkembangan psikososial seseorang. Penerimaan positif dari teman sebaya mempengaruhi penerimaan dan kepercayaan diri seseorang. *Self-esteem* remaja dimana dirinya diinginkan, dikagumi, dan diterima oleh teman sebaya juga akan mengembangkan *self-esteem* ke arah yang positif (Arslan, 2009).

Mengenai hubungan dengan teman sebaya dan kaitannya dengan penggemar, istilah *celebrity worship* menjadi suatu fenomena yang tidak dapat dipisahkan. Istilah selebriti digunakan bergantian dengan istilah idola dan bintang. Demikian pula istilah *celebrity worship*, mengidolakan dan keterikatan terhadap selebriti digunakan untuk menggambarkan sindrom yang pada dasarnya sama (Haspel, 2006). Istilah *celebrity worship* adalah istilah yang pertama kali diciptakan oleh McCutcheon dan rekan penelitiannya di awal tahun 2000-an (Griffiths, 2013). *Celebrity worship* terjadi di berbagai kalangan usia, baik anak-anak, remaja, dewasa, maupun usia lanjut. Akan tetapi, remaja menjadi sorotan yang lebih banyak diperbincangkan mengenai *celebrity worship*.

Penurunan *self-esteem* yang terjadi pada remaja dapat dikaitkan dengan fenomena *celebrity worship*, seperti penjelasan dalam salah satu surat kabar *online* di Afrika Selatan. Di dalam surat kabar tersebut ada pembahasan mengenai penelitian tentang *celebrity worship*. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa seseorang dengan kesehatan mental yang rendah lebih rentan terhadap *celebrity worship* yang bersifat ekstrim, sementara penelitian lain menyimpulkan bahwa depresi, kecemasan dan penurunan *self-esteem* berkembang dari *celebrity worship* yang tidak sehat (Rajab, 2009).

Selain mengandung nilai negatif, ternyata *celebrity worship* juga memiliki nilai positif yang dapat meningkatkan *self-esteem* apabila masih

dalam tingkatan rendah, seperti penelitian dari *University at Buffalo* di New York yang menemukan bahwa berpikir tentang seorang selebriti dapat meningkatkan *self-esteem*. Responden yang memiliki *self-esteem* rendah merasa dirinya menjadi lebih baik setelah menulis esai mengenai idola favorit. Para peneliti menganggap bahwa hal itu mungkin dikarenakan seseorang merasa memiliki suatu ikatan dengan selebriti yang tidak dimiliki dalam hubungan nyata, seperti ketika bergaul dengan seorang yang atletis maka akan merasa lebih atletis, atau ketika bergaul dengan seorang yang pintar maka akan merasa lebih pintar. Jadi berpikir tentang idola yang dikagumi dapat membuat seseorang merasa memiliki sifat-sifat positif yang dilihat pada idola tersebut (Shapley, 2011). Penjelasan lebih lanjut yaitu ketika seseorang membentuk suatu ikatan dalam pikirannya terhadap selebriti favorit, orang tersebut mampu menyerap karakteristik selebriti ke dalam dirinya dan merasa lebih baik saat memikirkan selebriti favorit (Derrick, Gabriel & Tippin, 2008).

Penelitian lain mengungkapkan bahwa hanya terdapat satu diantara tiga tingkatan *celebrity worship* yang berhubungan dengan *self-esteem*. *Entertainment social celebrity worship* (tingkatan yang paling normal) tidak berhubungan dengan *self-esteem*. Sedangkan tingkatan kedua dari *celebrity worship* yaitu *intense personal celebrity worship* ditemukan berhubungan positif dengan *self-esteem*. Lain halnya dengan tingkatan *celebrity worship* yang paling berat. *Borderline pathological celebrity worship* (tingkatan yang paling negatif) tidak berhubungan dengan *self-esteem* (North, Sheridan, Maltby, & Gillett, 2007).

Kaitannya dengan jenis kelamin, banyak penelitian yang mengungkapkan hubungan jenis kelamin dan *self-esteem*. Dalam salah satu penelitian yang dilakukan Epstein (dalam Mruk, 2006), subjek diminta untuk melaporkan pengalaman-pengalaman yang berkaitan dengan *self-esteem*. Hasilnya adalah perempuan melaporkan pengalaman yang lebih berupa penerimaan dan penolakan dibandingkan laki-laki. Diantara kedua jenis pengalaman tersebut, perempuan lebih banyak melaporkan pengalaman berupa penerimaan. Sedangkan laki-laki melaporkan pengalaman yang

lebih berupa keberhasilan dan kegagalan dibandingkan perempuan. Selain itu, penelitian lain yang dilakukan Raty (dalam Santrock, 2007) menemukan bahwa remaja perempuan memiliki *self-esteem* yang lebih rendah dibandingkan remaja laki-laki, dan rendahnya *self-esteem* tersebut berkaitan dengan rendahnya penyesuaian diri yang sehat.

Terdapat suatu uraian bahwa remaja perempuan mengalami penurunan *self-esteem* ketika memasuki usia remaja awal. Sebagaimana diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan Baldwin dan Hoffman (dalam Santrock, 2007) berdasarkan data dari *Family Health Study* menemukan bahwa *self-esteem* mengalami penurunan diantara remaja perempuan dari usia 12 hingga 17 tahun. Terjadinya fluktuasi *self-esteem* selama masa remaja berkaitan dengan peristiwa-peristiwa dalam kehidupan dan kohesivitas keluarga. Penelitian lain yang menguji faktor usia dan jenis kelamin pada *self-esteem*, dimana penelitian tersebut menggunakan sampel remaja kelas 5, 8 dan 12 juga mengungkapkan hasil yang sama, bahwa anak perempuan memiliki *self-esteem* yang lebih rendah dibandingkan laki-laki di usia remaja awal (Polce-Lynch, Myers, Kliewer, & Kilmartin, 2001).

Fluktuasi *self-esteem* dapat diartikan adanya ketidaktetapan seperti peningkatan atau penurunan *self-esteem* pada remaja. *Self-esteem* yang rendah telah terbukti berkaitan dengan beberapa fenomena negatif, seperti tingkat kehamilan remaja yang tinggi, penyalahgunaan alkohol dan narkoba, kekerasan, depresi, kecemasan sosial, dan bunuh diri. Beberapa faktor seperti jenis kelamin, ras, tingkatan ekonomi, orientasi seksual, status imigran, dan lain-lain juga ikut mempengaruhi tingkatan *self-esteem* (Twenge & Campbell; Twenge & Crocker dalam Guindon, 2010).

Tingkatan ekonomi atau di dalam penelitian ini disebut status sosial ekonomi terbukti mempengaruhi *self-esteem* remaja Sekolah Menengah Atas (SMA). Sesuai dengan penelitian longitudinal mengenai remaja kulit putih di negara-negara Barat pada tingkatan SMA, hasil menunjukkan bahwa remaja dengan status sosial ekonomi tinggi memiliki *self-esteem* yang lebih tinggi daripada remaja dengan status sosial ekonomi rendah (Falci, 2011). Dari beberapa hasil penelitian tentang *self-esteem* tersebut menjadi menarik

untuk diteliti pada penelitian ini untuk lebih melihat keadaan *self-esteem* pada remaja penggemar K-Pop di DKI Jakarta.

Metode

Sampel

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 200 remaja penggemar K-Pop usia Sekolah Menengah Atas (SMA) dari usia 15 – 18 tahun. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu peluang terpilihnya anggota populasi sebagai sampel tidak diketahui. Jenis *nonprobability sampling* yang digunakan yaitu *accidental sampling* atau teknik pengambilan sampel secara kebetulan.

Pengukuran

Rosenberg Self-Esteem Scale (Rosenberg, 1965)

Untuk mengukur *self-esteem*, peneliti menggunakan skala yang diadaptasi dari *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES). Alat ukur *self-esteem* dalam penelitian ini terdiri dari 10 item pernyataan dan menggunakan skala model Likert dengan empat pilihan jawaban, yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju).

Parental Authority Questionnaire (Buri, 1991)

Untuk mengukur pola asuh orang tua, peneliti menggunakan skala yang diadaptasi dari *Parental Authority Questionnaire* (PAQ) oleh Buri (1991). PAQ dirancang sebagai ukuran dari ketiga pola pengasuhan Baumrind (1971). Pengukuran ini terdiri dari 30 item, 10 untuk tiap jenis pola pengasuhan dan menggunakan skala model Likert dengan empat pilihan jawaban, yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju).

Celebrity Attitude Scale (McCutcheon, Lange, & Houran, 2002)

Untuk mengukur *celebrity worship*, peneliti menggunakan skala yang diadaptasi dari *Celebrity Attitude Scale* (CAS). Alat ukur *celebrity worship*

dalam penelitian ini terdiri dari 34 item pernyataan dan menggunakan skala model Likert dengan empat pilihan jawaban, yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju).

Prosedur

Peneliti melakukan *screening* untuk mengetahui remaja mana yang dapat dijadikan sampel penelitian. Kriteria yang dibutuhkan yaitu remaja penggemar K-Pop berusia 15-18 tahun dan berdomisili di DKI Jakarta. Selanjutnya, sampel yang telah memenuhi kriteria penelitian diberikan alat ukur dan tidak diberikan batasan waktu dalam mengerjakan.

Hasil

Model Summary Analisis Regresi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error
1	.301	.091	.053	8.60672

Predictors: (Constant), sse, permisif, jeniskelamin, borderline, otoriter, entertainment, otoritatif, intense

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa perolehan R^2 sebesar 0.091 atau 9.1 %. Artinya proporsi varians dari *self-esteem* yang dijelaskan oleh pola asuh otoritatif, pola asuh otoriter, pola asuh permisif, *entertainment-social celebrity worship*, *intense-personal celebrity worship*, *borderline-pathological celebrity worship*, jenis kelamin, dan status sosial ekonomi adalah sebesar 9.1 % sedangkan 90.9 % lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Selanjutnya, diperoleh satu koefisien regresi yang signifikan yaitu pola asuh otoritatif. Variabel pola asuh otoritatif memberikan sumbangan sebesar 6.2 % terhadap varians *self-esteem*.

Diskusi

Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah ada pengaruh signifikan pola asuh orang tua (otoritatif, otoriter, permisif), *celebrity worship (entertainment-social*

celebrity worship, *intense-personal celebrity worship*, dan *borderline-pathological celebrity worship*) dan variabel demografis (jenis kelamin dan status sosial ekonomi) terhadap *self-esteem* remaja penggemar K-Pop di DKI Jakarta.

Pola asuh otoritatif secara positif mempengaruhi *self-esteem* remaja. Jadi, semakin kuat pola asuh otoritatif yang diterapkan orang tua kepada remaja maka semakin tinggi pula *self-esteem*nya. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh McKinney, Milone dan Renk (2011) yang menyatakan bahwa pola asuh otoritatif ditemukan berhubungan dengan peningkatan *self-esteem* remaja. Penelitian lain yang dilakukan Milevsky, Schlechter, Netter, dan Keehn (2007) juga mengungkapkan hasil yang sama yaitu pengasuhan ibu yang otoritatif ditemukan berhubungan dengan peningkatan *self-esteem*. Hal ini dapat diartikan bahwa pola asuh yang mendorong anak untuk mandiri akan tetapi masih memberikan kontrol pada perilaku anak, dapat memberikan pengaruh pada *self-esteem* remaja, dimana *self-esteem* remaja akan semakin meningkat jika orang tua menerapkan pola asuh otoritatif. Selain itu, orang tua yang menerapkan pola asuh otoritatif cenderung memiliki komunikasi verbal yang hangat dengan anak, ikut berperan memberikan saran, bimbingan, atau dorongan kepada anak, serta meluangkan waktu untuk mendengarkan pendapat anak, sehingga ketika anak menginjak usia remaja dimana dirinya butuh seseorang saat mengalami masalah yang berkaitan dengan *self-esteem*, orang tua mampu meningkatkan *self-esteem* pada diri remaja.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari ketiga dimensi pola asuh orang tua, hanya pola asuh otoritatif yang secara positif mempengaruhi *self-esteem* remaja. Kedua dimensi lain yaitu pola asuh otoriter dan permisif tidak signifikan mempengaruhi *self-esteem* remaja. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh McKinney, Milone dan Renk (2011) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara pola asuh otoriter dengan *self-esteem*. Pola asuh otoriter ditemukan berhubungan dengan penurunan *self-esteem*. Jadi semakin kuat pola asuh otoriter yang diterapkan orang tua kepada remaja maka semakin rendah pula *self-esteem*nya.

Begitu pula pola asuh permisif, dimana dalam penelitian ini pola asuh permisif tidak signifikan mempengaruhi *self-esteem* remaja. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Martinez, Garcia dan Yubero (2007), dimana hasilnya mengungkapkan bahwa pola asuh permisif ditemukan memiliki pengaruh terhadap penurunan *self-esteem* remaja. Jadi semakin kuat pola asuh permisif yang diterapkan orang tua kepada remaja maka semakin rendah pula *self-esteem*nya.

Variabel selanjutnya yaitu *entertainment social celebrity worship*, *intense personal celebrity worship* dan *borderline pathological celebrity worship*, dalam penelitian ini ketiganya tidak signifikan mempengaruhi *self-esteem* remaja. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh North, Sheridan, Maltby, dan Gillett (2007), yang mengungkapkan bahwa terdapat satu diantara tiga dimensi *celebrity worship* yang berhubungan dengan *self-esteem*. *Entertainment social celebrity worship* (tingkatan yang paling normal) tidak berhubungan dengan *self-esteem*. Sedangkan tingkatan kedua dari *celebrity worship* yaitu *intense personal celebrity worship* ditemukan berhubungan positif dengan *self-esteem*. Lain halnya dengan tingkatan *celebrity worship* yang paling berat. *Borderline pathological celebrity worship* (tingkatan yang paling negatif) tidak berhubungan dengan *self-esteem*.

Kemudian variabel demografis (jenis kelamin), dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa jenis kelamin tidak signifikan mempengaruhi *self-esteem* remaja. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian dari Twenge dan Campbell; Twenge dan Crocker (dalam Guindon, 2010), yang menyatakan bahwa jenis kelamin ikut mempengaruhi tingkatan *self-esteem*. Berdasarkan uji beda yang dilakukan peneliti, hasilnya menunjukkan bahwa nilai *mean* remaja laki-laki lebih besar dibandingkan remaja perempuan, artinya tingkat *self-esteem* lebih tinggi pada responden laki-laki. Hasil uji beda tersebut sesuai dengan penelitian dari Raty (dalam Santrock, 2007) yang mengungkapkan bahwa remaja perempuan memiliki *self-esteem* yang lebih rendah dibandingkan remaja laki-laki. Penelitian lain yang menguji faktor jenis kelamin pada *self-esteem*, dimana penelitian tersebut

menggunakan sampel remaja juga mengungkapkan hasil yang sama, bahwa anak perempuan memiliki *self-esteem* yang lebih rendah dibandingkan laki-laki di usia remaja awal (Polce-Lynch, Myers, Kliewer, & Kilmartin, 2001).

Variabel demografis selanjutnya yaitu status sosial ekonomi juga tidak signifikan mempengaruhi *self-esteem* remaja. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian dari Falci (2011) yang menyatakan bahwa tingkatan ekonomi mempengaruhi *self-esteem* remaja Sekolah Menengah Atas (SMA). Berdasarkan uji beda yang dilakukan peneliti, hasilnya menunjukkan bahwa nilai *mean* status sosial ekonomi menengah lebih besar dibandingkan nilai *mean* status sosial ekonomi rendah, artinya tingkat *self-esteem* lebih tinggi pada remaja dengan status sosial ekonomi menengah. Hasil uji beda tersebut sesuai dengan penelitian dari Falci (2011) yang menyatakan bahwa remaja dengan status sosial ekonomi tinggi memiliki *self-esteem* yang lebih tinggi daripada remaja dengan status sosial ekonomi rendah.

Secara keseluruhan, peneliti berpendapat bahwa perbedaan hasil penelitian terdahulu dapat disebabkan oleh beberapa hal baik sampel penelitian, *social desirability*, tempat penelitian, teknik pengambilan data, maupun alat ukur yang digunakan. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu perbedaan budaya, seperti bahasa terutama dalam mengadaptasi tiap item dari skala baku yang berbahasa Inggris. Hal ini penting karena akan memudahkan responden dalam memahami dan mengisi setiap butir pernyataan pada skala yang dibuat. Maka peneliti harus menerjemahkan ke bahasa Indonesia yang baik dan mudah dimengerti, jika ada kalimat atau kata yang sulit dimengerti maka memungkinkan jawaban yang diberikan oleh responden merupakan jawaban tidak akurat. Faktor lain yang mempengaruhi perbedaan dari penelitian sebelumnya yaitu *social desirability*, atau item yang dibuat mengandung norma. Responden akan sangat berhati-hati dalam mengisi item tersebut karena adanya kemungkinan responden menjawab secara subjektif tanpa memperhatikan objektivitas konten pernyataan pada skala penelitian.

Tempat penelitian juga menjadi keterbatasan dalam penelitian ini.

Sulitnya menemukan *fans club* K-Pop yang memiliki tempat khusus untuk berkumpul dengan sesama anggota *fans club* secara rutin, menjadi kendala dalam mendapatkan sampel penelitian yang tepat. Banyak *fans club* K-Pop yang hanya menggunakan suatu tempat saat sedang diadakan *event* yang berkaitan dengan *fans club* dan hal itu juga jarang dilakukan. Ketika penelitian ini dilakukan, peneliti tidak menemukan adanya *event* yang dibuat oleh *fans club* K-Pop di DKI Jakarta sehingga sulit mendapatkan sampel penelitian secara serentak dalam jumlah banyak.

Daftar Pustaka

- Arslan, C. (2009). Anger, self-esteem, and perceived social support in adolescence. *Journal of Social Behavior and Personality*. 37(4), 555-564.
- Astuti, L.D.P., Nandiasa, H. (2012). *Invasi k-pop ke Indonesia*. Diunduh tanggal 12 Januari 2015 dari <http://life.viva.co.id/news/read/362868-invasi-k-pop-ke-indonesia>
- Department Global Communication and Contents Division. (2012). *Hallyu: korean wave*. Diunduh tanggal 2 Desember 2014 dari <http://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>
- Derrick, J.L., Gabriel, S., & Tippin, B. (2008). Parasocial relationships and self-discrepancies: faux relationships have benefits for low self-esteem individuals. *Journal of Personal Relationships*. 15, 261-280.
- Falci, C.D. (2011). Self-esteem and mastery trajectories in high school by social class and gender. *Journal of Social Science Research*. 40(2), 586-601.
- Fathiyah, A. (2012). *Ini dia tipe k-poppers*. Diunduh tanggal 28 Juli 2015 dari <http://seleb.tempo.co/read/news/2012/12/02/112445380/ini-dia-tipe-k-poppers>
- Griffiths, M.D. (2013). *Celebrity worship syndrome*. Diunduh tanggal 15 Agustus 2014 dari <https://www.psychologytoday.com/blog/in-excess/201307/celebrity-worship-syndrome>
- Guindon, M.H. (2010). *Self-esteem across the lifespan: issues and interventions*. New York: Taylor & Francis Group.
- Haspel, K.B. (2006). Understanding fans: a review of the psychological literature. *Dissertation*. Berkeley: Wright Institute Graduate School of Psychology.
- Hildebrand, V. (2000). *Parenting "rewards & responsibilities" (6th ed)*. United States: Glencoe/McGraw-Hill.
- Irawan, A. (2012). *Penjualan tiket konser online big bang di Indonesia ludes*

10 menit. Diunduh tanggal 16 Januari 2015 dari <http://www.merdeka.com/artis/penjualan-tiket-konser-online-big-bang-di-indonesia-ludes-10-menit.html>

- Kakihara, F., Tilton-Weaver, L., Kerr, M., & Stattin, H. (2010). The relationship of parental control to youth adjustment: do youths' feelings about their parents play a role?. *Journal of Youth Adolescence*. 39. 1442-1456.
- Martinez, I., Garcia, J.F., & Yubero, S. (2007). Parenting styles and adolescents' self-esteem in Brazil. *Journal of Psychological Reports*. 100, 731-745.
- McCutcheon, L.E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*. 93, 67-87.
- McKinney, C., Milone, M.C., & Renk, K. (2011). Parenting and late adolescent emotional adjustment: mediating effects of discipline and gender. *Journal of Child Psychiatry Human Development*. 42, 463-481.
- Milevsky, A., Schlechter, M., Netter, S., & Keehn, D. (2007). Maternal and paternal parenting styles in adolescents: associations with self-esteem, depression and life-satisfaction. *Journal of Child Family Study*. 16, 39-47.
- Mruk, C.J. (2006). *Self-esteem research, theory and practice: toward a positive psychology of self-esteem (3rd ed)*. New York: Springer Publishing Company.
- North, A.C., Sheridan, L., Maltby, J. & Gillett, R. (2007). Attributional style, self-esteem, and celebrity worship. *Journal of Media Psychology*. 9(2), 291-308.
- Papalia, D.E., Olds, S.W., & Feldman, R.D. Human development. Perkembangan manusia. Edisi 10. Brian Marwensdy (2009). Jakarta: Salemba Humanika
- Pemita, D. (2015). *Baru diumumkan, tiket konser super junior di Jakarta hampir ludes*. Diunduh tanggal 8 Mei 2015 dari <http://showbiz.liputan6.com/read/2209816/baru-diumumkan-tiket-konser-super-junior-di-jakarta-hampir-ludes>
- Polce-Lynch, M., Myers, B.J., Kliewer, W., & Kilmartin, C. (2001). Adolescent self-esteem and gender: exploring relations to sexual harassment, body image, media influence, and emotional expression. *Journal of Youth and Adolescence*. 30(2), 225.
- Rajab, D. (2009). *The good and bad of celebrity worship*. Diunduh tanggal 19 November 2014 dari <http://e-resources.pnri.go.id:2057/docview/430777140?pq-origsite=summon>