

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Internet Addiction* (Kecanduan Internet)

2.1.1 Definisi *Internet Addiction*

Sebelum membahas mengenai *internet addiction*, pertama akan dibahas mengenai internet dan adiksi. Internet menurut Yuhefizar (2008) adalah rangkaian hubungan jaringan komputer yang dapat diakses secara umum di seluruh dunia, yang mengirimkan data dalam bentuk paket data berdasarkan standar *Internet Protocol* (IP). Lebih dalam lagi, internet adalah kumpulan jaringan dari jaringan-jaringan komputer dunia yang terdiri dari jutaan unit-unit kecil, seperti jaringan pendidikan, jaringan bisnis, jaringan pemerintahan, dan lain-lain yang secara bersama menyediakan layanan informasi seperti *e-mail*, *online chat*, *transfer file*, dan saling keterhubungan (*linked*) antara satu halaman web dengan sumber halaman web yang lainnya.

Teori lainya menyatakan bahwa internet adalah jaringan dalam jaringan elektronik yang menghubungkan orang-orang dan informasi melalui komputer dan media digital lainnya yang memungkinkan terjadinya komunikasi dan pertukaran informasi dari satu orang ke orang lain. Internet dianggap sebagai teknologi yang akan berimplikasi banyak pada perubahan sosial dibandingkan televisi dan radio (DiMaggio, Hargittai, Neuman, & Robinson, 2001).

Selanjutnya pengertian adiksi atau kecanduan dijelaskan oleh Young (2004) sebagai dorongan tak terkendali sering disertai dengan hilangnya kontrol, keasyikan dengan penggunaan sesuatu, dan penggunaan yang terus menerus meskipun penggunaan tersebut menimbulkan masalah. Selain itu Young juga mendefinisikan *internet addiction* sebagai ketidakmampuan individu dalam mengontrol penggunaan internet, terpreokupasi (terpaku)

dengan internet, menghabiskan lebih banyak waktu untuk internet, dan merasakan keinginan atau dorongan yang begitu besar untuk menggunakan internet. Orang yang sudah kecanduan internet akan cenderung mengabaikan lingkungan sekitarnya, seperti teman, rekan kerja, dan kelompoknya. Selain itu interaksi mereka dengan keluarga akan berkurang karena terlalu fokus dengan dunia maya yang sedang dihadapinya (Anisa, 2014).

Pengertian menurut Young di atas dapat diartikan bahwa *internet addiction* merupakan ketidakmampuan individu dalam mengontrol penggunaan internet karena adanya dorongan yang besar untuk menggunakan internet dan berakibat pada pengabaian terhadap aktivitas lainnya.

Berbeda dengan Young, Armstrong (Qin, 2010) memberi gambaran dari kecanduan internet sebagai konsep yang sangat luas yaitu orang-orang yang kecanduan internet memiliki banyak masalah perilaku dan kontrol impuls. Artinya kecanduan internet merupakan gangguan kontrol impuls yang dialami oleh orang yang kecanduan.

Berbeda dengan kedua pendapat di atas, Weinsten, Feder, Rosenberg, & Dannon (Rosenberg & Feder, 2014) menyebutkan *Internet Addiction Disorder* (IAD) dengan istilah *Problematic Internet Use* (PIU) ditandai dengan penggunaan yang berlebihan atau tidak terkontrolnya pikiran yang terpaku pada suatu hal, mendesak, atau perilaku tentang penggunaan internet yang mengakibatkan gangguan atau distress. Teori ini dapat dikatakan bahwa kecanduan internet dapat menimbulkan gangguan

Sejalan dengan Weinsten dkk., kecanduan internet oleh Kuss, Griffiths, Karila, & Billieux (Kuss & Griffiths, 2014) dikonseptualisasikan sebagai kecanduan perilaku yang melibatkan penggunaan berlebihan dari aplikasi *online* dan menyebabkan dampak merugikan pada kehidupan individu yang kecanduan. Menurut teori ini dapat diartikan bahwa penggunaan internet yang berlebihan dapat merugikan hidup seseorang.

Sejalan dengan kedua pendapat di atas, *American Psychiatric Association* (APA) juga mendefinisikan kecanduan internet yaitu sebagai pola penggunaan internet yang menghasilkan gangguan fungsional dan perasaan internal yang tidak menyenangkan selama periode dua bulan dan memberikan tujuh kriteria untuk diagnosis kecanduan internet (Setidaknya tiga kriteria muncul dalam waktu dua bulan): toleransi, *withdrawal symptom*, mengakses internet menjadi lebih sering atau untuk waktu yang lebih lama daripada yang dimaksudkan, tendensi secara berkelanjutan untuk mengendalikan perilaku, sejumlah waktu yang signifikan dihabiskan dalam kegiatan yang berkaitan dengan penggunaan internet, kegiatan (sosial, pekerjaan, atau rekreasi) yang penting berkurang karena penggunaan internet, penggunaan internet secara terus menerus meskipun menyadari dampak yang merugikan (Jahanian & Seifury, 2013). Menurut APA, kecanduan internet menghasilkan perasaan yang tidak menyenangkan serta terdapat tujuh kriteria untuk mendiagnosis kecanduan internet.

Berdasarkan definisi-definisi yang dipaparkan di atas terdapat kesamaan bahwa *internet addiction* adalah penggunaan internet yang berlebihan yang dapat menyebabkan dampak negatif pada kehidupan seseorang. Bener dkk. (2012) menjelaskan durasi penggunaan internet yang berlebihan yaitu menghabiskan waktu lebih dari tiga jam untuk online dalam sehari.

Penelitian ini menggunakan *konsep internet addiction* oleh Young yang mengemukakan *internet addiction* sebagai ketidakmampuan individu dalam mengontrol penggunaan internet, terpreokupasi dengan internet, menghabiskan lebih banyak waktu untuk internet, dan merasakan keinginan atau dorongan yang begitu besar untuk menggunakan internet. Orang yang sudah kecanduan internet akan cenderung mengabaikan lingkungan sekitarnya, seperti teman, rekan kerja, dan kelompoknya. Selain itu interaksi mereka dengan keluarga akan berkurang karena terlalu fokus dengan dunia maya yang sedang dihadapinya. Teori ini digunakan karena konsep tersebut

telah mampu menggambarkan kecenderungan *internet addiction* yang akan diteliti dalam penelitian.

2.1.2 Manfaat Internet

Quarterman dan Mitchell (Novianto, 2013) membagi manfaat internet dalam empat kategori, yaitu: 1). Internet sebagai media komunikasi, merupakan manfaat internet yang paling banyak digunakan dimana setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia; 2). Media pertukaran data, dengan menggunakan *e-mail*, *newsgroup*, FTP, dan *www* (*word wide web* – jaringan situs web) para pengguna internet dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah; 3). Media untuk mencari informasi atau data, perkembangan internet yang pesat, menjadikan *www* sebagai salah satu sumber informasi yang paling penting dan akurat; 4). Manfaat komunitas, internet membentuk masyarakat baru yang beranggotakan para pengguna internet dari seluruh dunia. Dalam komunitas ini pengguna internet dapat berkomunikasi, mencari informasi, berbelanja, melakukan transaksi bisnis dan sebagainya. Karena sifat internet mirip dengan dunia kita sehari-hari, maka internet sering disebut sebagai *cyberspace* atau *virtual world* (dunia maya).

2.1.3 Aktivitas Internet

Horrigan (2002) menggolongkan aktivitas-aktivitas internet yang dilakukan para pengguna internet menjadi empat kelompok kepentingan penggunaan internet, yaitu: a). *E-mail*; b). Aktivitas kesenangan (*fun activities*), yaitu aktivitas yang sifatnya untuk kesenangan atau hiburan seperti : online untuk bersenang-senang, klip video atau audio, pesan singkat, mendengarkan atau mendownload musik, bermain game, *chatting*; c). Kepentingan informasi (*information utility*), yaitu aktivitas internet untuk mencari informasi, seperti : informasi produk, informasi *travel*, cuaca, informasi tentang film, musik, buku, berita, sekolah, kesehatan, pemerintah,

keuangan, pekerjaan, dan informasi tentang politik; d). Transaksi (*transaction*), yaitu aktivitas transaksi (jual beli) melalui internet seperti : membeli sesuatu, memesan tiket perjalanan, *online banking*.

2.1.4 Tipe *Internet Addiction*

Young (Shaw & Black, 2008) membagi *internet addiction* ke dalam lima sub tipe. Ia menyatakan bahwa orang biasanya menjadi kecanduan aplikasi tertentu yang bertindak sebagai pemicu untuk penggunaan internet yang berlebihan. Kecanduan internet adalah istilah yang luas mencakup berbagai perilaku dan masalah kontrol impuls. Berikut adalah lima sub tipe kecanduan internet yang dijabarkan Young:

- a. *Cybersexual Addiction*: ini terjadi pada individu yang biasanya terlibat dalam melihat, men-download dan perdagangan pornografi *online* atau terlibat dalam *chat room* untuk bermain peran dalam fantasi orang dewasa.
- b. *Cyber-relational Addiction*: ini terjadi pada orang-orang yang menjadi terlalu terlibat dalam hubungan online atau mungkin terlibat dalam perzinahan virtual. Hubungan *online* menjadi lebih penting daripada yang kehidupan nyata, dan dapat menyebabkan perselisihan dalam perkawinan dan ketidakstabilan keluarga.
- c. *Net Compulsions*: sub tipe ini mencakup kategori yang luas dari sebuah perilaku, termasuk judi *online*, belanja atau perdagangan saham. Hal tersebut dapat mengakibatkan kerugian keuangan yang signifikan serta gangguan relasional dan pekerjaan.
- d. *Information overload*: *World Wide Web* telah menciptakan jenis baru dari perilaku kompulsif yang meliputi berselancar dalam web dan pencarian database yang berlebihan. Orang-orang ini menghabiskan jumlah waktu yang tidak proporsional untuk mencari, mengumpulkan dan mengorganisir informasi.

- e. *Computer addiction*: sebagian besar komputer dilengkapi dengan program dan juga *game*. Orang-orang menjadi kecanduan menggunakan program dan bermain *game* mengorbankan kinerja kerja dan kewajiban keluarga.

2.1.5 Tingkatan Internet Addiction

Young mengklasifikasikan *internet addiction* ke dalam beberapa tingkatan yang berkaitan dengan penggunaan internet seseorang. Tingkatan-tingkatan *internet addiction* tersebut yaitu:

- a. *Internet addiction* ringan, seseorang akan mengabaikan waktu lebih banyak untuk menggunakan internet, akan tetapi masih memiliki kontrol diri.
- b. *Internet addiction* sedang, penggunaan internet akan menyebabkan beberapa permasalahan muncul sehingga seseorang perlu mengontrol penggunaan internetnya.
- c. *Internet addiction* berat, penggunaan internet menyebabkan munculnya permasalahan yang signifikan dalam hidup seseorang yang menggunakan internet secara berlebihan.

2.1.6 Kriteria Internet Addiction

Griffiths membagi kriteria *internet addiction* menjadi enam, yaitu yaitu *salience*, *mood modification*, *tolerance*, *withdrawal*, *conflict*, dan *relapse*. Berikut adalah penjelasan masing-masing kriteria:

- a. *Salience* menurut Griffiths terjadi ketika sebuah aktivitas menjadi hal yang paling penting dalam kehidupan individu. *Salience* dapat dibagi menjadi dua yaitu secara kognitif seorang individu sering berpikir tentang sebuah aktivitas, dan secara perilaku seseorang mengabaikan kebutuhan dasar seperti tidur, makanan, atau kesehatan sehingga dapat melakukan aktivitas yang lebih dianggap penting (Smahel, Brown, & Blinka, 2012). Kuss, Shorter, Rooij, Griffiths, & Schoenmakers (2014)

menambahkan, seseorang yang kecanduan internet dapat terus berpikir tentang waktu berikutnya mereka akan menggunakan internet, mendambakan *log in* ke situs favorit mereka, dan mengorbankan interaksi sosial untuk melakukan *online*.

- b. *Mood modification* terjadi ketika seseorang menggunakan zat/perilaku untuk meningkatkan suasana hati yang sedang depresi dan melarikan diri kehidupan nyata mereka. Penggunaan internet membuat mereka merasa lebih baik dan memungkinkan mereka melupakan masalah sehari-hari (Young, 2004).
- c. *Tolerance*, menunjukkan kebutuhan untuk meningkatkan jumlah keterlibatan dalam sebuah aktivitas untuk menghasilkan sensasi yang mirip dengan keterlibatan aktivitas awal. Seiring waktu, individu yang kecanduan mungkin perlu untuk meningkatkan waktu mereka atau intensitas *online* untuk merasakan efek menyenangkan yang sama (Tsai & Lin, 2003).
- d. *Withdrawal*, perasaan negatif karena tidak mampu melakukan aktivitas *online*, atau penghentian aktivitas *online*. Yen dkk. menyatakan bahwa gejala psikologis yang timbul terutama termasuk depresi dan kecemasan (Kuss dkk., 2014).
- e. *Conflict*, melibatkan konflik interpersonal (biasanya dengan seseorang yang paling dekat lingkaran sosial, keluarga, atau pasangan) atau konflik intrapersonal disebabkan oleh aktivitas *online* (Griffiths, 2000). Konflik intrapersonal sering disertai dengan penurunan hasil/nilai sekolah atau pekerjaan dan meninggalkan hobi sebelumnya (Smahel dkk., 2012). Liu & Kuo menambahkan, individu yang kecanduan juga kehilangan kontrol atas penggunaan internet yang dapat menyebabkan konflik internal (Kuss dkk., 2014)
- f. *Relapse*, menurut Griffiths menunjukkan upaya yang gagal untuk berhenti dari keterlibatan melakukan sebuah aktivitas jika seseorang sedang mencoba untuk berhenti melakukannya (Kuss dkk., 2014).

2.1.7 Faktor *Internet Addiction*

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Martono & Renata (2010) terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi seseorang menjadi kecanduan akan internet, yaitu:

a. Lamanya Menggunakan Internet Dalam Seminggu

Lamanya penggunaan internet bukan merupakan suatu faktor penyebab terhadap adiksi internet. Meskipun begitu didapatkan rata-rata pengguna internet yang mengalami adiksi mengakses internet dari mana saja dengan durasi berkisar antara 4-48 jam per minggu, dimana mereka menggunakan waktu tidur mereka pada malam hari untuk mengakses internet.

b. Jenis Kelamin

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tsai dkk. ditemukan bahwa kaum pria lebih rentan untuk mengalami adiksi internet. Hal serupa juga ditemukan oleh In Lam dkk., di mana ditemukan peningkatan sebesar 50% angka adiksi internet pada pria jika dibandingkan dengan wanita.

c. Usia Ketika Mengenal Internet

Usia awal mengetahui internet merupakan salah satu faktor penyebab dari adiksi internet. Dikatakan bahwa usia yang lebih muda dapat mempengaruhi seseorang menjadi adiksi internet atau tidak. Hal ini dikarenakan oleh kecenderungan kaum remaja untuk menggunakan internet sebagai sarana untuk mencari informasi belajar, bermain dan juga berhubungan dengan teman-temannya, baik melalui jejaring sosial atau figur *chatting*. Karena dengan penggunaan internet yang lebih lama, maka dapat menyebabkan kecenderungan terjadi adiksi internet.

d. Persepsi Terhadap Internet

Orang yang terkena adiksi internet cenderung mempunyai tiga persepsi dasar tentang penggunaan internet yaitu internet sangat berguna, mudah cara penggunaannya, dan sangat menikmati penggunaan internet.

e. Alat Yang Digunakan Untuk Mengakses Internet

Semakin mudahnya mengakses internet dan tersedianya fasilitas untuk menggunakan internet, orang cenderung untuk bisa mengakses internet dimana saja dan kapan saja. Hal ini menyebabkan orang tersebut menjadi lebih terikat terhadap internet.

f. Status Ekonomi

Hal lain yang juga berpengaruh adalah status ekonomi yang berpengaruh terhadap ketersediaan sarana untuk mengakses internet, seperti telepon genggam dan komputer yang dapat mengakses internet hingga tersedianya internet di rumah.

2.1.8 Simptom *Internet Addiction*

Gejala kecanduan internet dapat bervariasi dari orang ke orang meliputi: waktu yang berlebihan ditujukan untuk penggunaan internet, apatis, kesal jika kehilangan akses ke internet, marah, insomnia, kelelahan, kinerja akademis yang buruk, kinerja pekerjaan yang buruk, interaksi sosial yang buruk, penarikan diri, kehilangan jejak waktu *online*, pengabaian diri, mengabaikan keluarga, isolasi dari keluarga dan teman-teman, merasa bersalah atau defensif tentang penggunaan internet, gemetar, tremor, gerakan mengetik pada jari yang disengaja atau tidak disengaja, berpikir obsesif, fantasi, atau mimpi tentang internet dan menyembunyikan atau berbohong kepada anggota keluarga tentang sejauh mana penggunaan internet.

Selain itu, gejala lain mungkin termasuk penggunaan keterlibatan internet sebagai cara melarikan diri masalah atau menghilangkan perasaan bersalah, tak berdaya, kecemasan atau depresi, dan ketidakmampuan untuk melakukan upaya yang gagal untuk berhenti atau membatasi penggunaan komputer. Para peneliti di Taiwan menyatakan bahwa penggunaan internet pribadi yang mencapai lebih dari 20 jam per minggu sudah termasuk ke dalam kecanduan internet (Rassool, 2011).

2.1.9 Dampak *Internet Addiction*

Kecanduan internet dapat memiliki konsekuensi yang luas untuk individu dan orang lain yang signifikan. Rassool (2011) menyebutkan ada beberapa risiko yang telah diidentifikasi dalam pengembangan kecanduan internet diantaranya:

- a. Masalah psikologis seperti keadaan cemas, depresi, kecemasan sosial, kecanduan zat psikoaktif, kecanduan lainnya seperti perjudian dan seks, serta kerentanan pada anak muda.
- b. Masalah fisik seperti kelelahan yang terkait dengan kurang tidur, sakit punggung, dan *carpal tunnel syndromes*.
- c. Masalah psikososial seperti relasi, kehidupan keluarga, *cyberwidow* (pasangan yang diabaikan pecandu internet), interaksi sosial dan minat sering diabaikan. Kecanduan internet dapat menyebabkan penurunan kinerja kerja dan prestasi akademik. Konsekuensi Psikososial termasuk kesepian, frustrasi dan depresi.

2.2 *Celebrity Worship*

2.2.1 Definisi *Celebrity Worship*

Sebelum membahas *celebrity worship* pertama akan dibahas mengenai *worship* dan *idol worship*. American Heritage Dictionary mendefinisikan *worship* sebagai: rasa cinta dan pengabdian yang mendalam diberikan kepada tuhan, idola, atau benda sakral. (Kinrade, 2012). Kemudian Fromm mendefinisikan *idol worship* sebagai perasaan kagum dan keterikatan yang berlebihan kepada sosok idola yang kualitas pribadi dari idola tersebut dirasakan tinggi atau ideal. Hal ini juga dapat dianggap sebagai suatu proses pemujaan dan pembentukan persepsi yang salah (Liu, 2013).

Celebrity worship didefinisikan sebagai bentuk pemujaan dari idol worship terhadap sosok orang yang diakui secara luas yang mendapatkan banyak perhatian dari publik dan media. *Idol worship* mencakup kisaran orang yang lebih luas, termasuk tokoh-tokoh terkenal dalam sejarah, rekan-

rekan dan anggota keluarga, sedangkan *celebrity worship* mencakup kisaran orang yang relatif sempit karena hanya mencakup bintang dan tokoh-tokoh terkemuka (Yue & Cheung, 2000 dalam Liu, 2013). Bintang terdiri dari penyanyi, aktor, dan atlet, sedangkan tokoh-tokoh terkemuka terdiri dari ilmuwan, politisi, seniman, dan pengusaha. Figur-figur tersebut terutama dipuja karena karisma mereka, penampilan fisik, kekayaan, prestasi pribadi, dan pengaruh sosial.

Menurut pendapat di atas dapat diartikan bahwa *celebrity worship* mempunyai kesamaan dengan *idol worship* yaitu pembentukan persepsi yang salah dengan mengidolakan seseorang yang dianggap ideal secara berlebihan, hanya saja sosok yang diidolakan dalam *celebrity worship* meliputi orang-orang terkenal yang mendapat perhatian dari publik serta media.

Berbeda dengan pendapat di atas, psikolog mendefinisikan *celebrity worship* sebagai penggemar yang menjadi terlalu terlibat dalam kehidupan pribadi seorang artis (Christian, 2011). Menurut pengertian ini adalah seseorang yang menyukai artis dapat mempunyai keinginan untuk mengetahui segala sesuatu tentang artis yang diidolakan.

Berbeda lagi dengan kedua pendapat di atas, Maltby, Houran, & McCutcheon (2003) membuat konseptualisasi *celebrity worship* sebagai bentuk tidak normal dari hubungan parasosial atau interaksi parasosial individu yang terobsesi pada satu selebriti atau lebih. Maltby & Day (2011) menjelaskan bahwa hubungan parasosial adalah hubungan satu arah di mana seorang individu tahu yang lain, tetapi yang lain tidak. Artinya adalah individu yang masuk dalam kriteria *celebrity worship* mengembangkan hubungan parasosial dengan artis yang disukai.

Hubungan parasosial ini dapat dikarenakan terlalu sering terpapar oleh media, individu merasa bahwa ia mengenal selebriti hanya dengan melihat penampilan, gestur, perkataan, dan perbuatan selebriti meskipun belum pernah berkomunikasi secara langsung. Untuk beberapa individu hubungan

dengan selebriti dapat menjadi sangat signifikan dan bahkan mendominasi kehidupan mereka. Mereka mencurahkan jumlah waktu yang banyak untuk selebriti favorit mereka dan cenderung mencoba untuk melakukan kontak dan atau mendekati selebriti (Roberts, 2007).

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat dilihat bahwa terdapat suatu kesamaan dalam konsep *celebrity worship* yang telah dijelaskan yaitu pengidolaan terhadap artis yang dilakukan oleh seseorang terlalu berlebihan.

2.2.2 Aspek *Celebrity Worship*

Keterlibatan dengan selebriti oleh Maltby dkk. dibagi menjadi tiga aspek (Darfiyanti & Putra, 2012):

- a. *Entertainment-social value* yang berisi motivasi yang mendasari pencarian aktif *fans* terhadap selebriti. Hal ini biasanya dikaitkan dengan penggunaan media sebagai sarana untuk mencari informasi mengenai selebriti idola. Umumnya, alasan seseorang mencari informasi mengenai selebriti idola adalah karena dua alasan, yaitu untuk *conform* terhadap norma sosial, dan 'kabur' dari realita (*fantasy-escape from reality*).
- b. *Intense-personal feeling*. Aspek ini merefleksikan perasaan intensif dan kompulsif terhadap selebriti, hampir sama dengan tendensi obsesif pada *fans* yang menyebabkan seseorang kemudian menjadi memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun tentang selebriti tersebut, mulai dari berita terbaru hingga informasi mengenai pribadi selebriti. Seiring dengan meningkatnya intensitas keterlibatan dengan selebriti, *fans* mulai melihat selebriti orang yang dianggap dekat dan mengembangkan hubungan parasosial dengan selebriti tersebut. Hubungan parasosial adalah hubungan yang diimajinasikan antara fans dengan sosok yang diidolakan yang bersifat satu arah, dari *fans* kepada idola.
- c. Yang terakhir dan yang paling ekstrim adalah *borderline-pathological tendency*. Hal ini dimanifestasikan dalam sikap seperti, kesediaan untuk melakukan apapun demi selebriti tersebut meskipun hal tersebut

melanggar hukum. *Fans* yang seperti ini tampak memiliki pemikiran yang tidak terkontrol dan menjadi irasional. Aspek ini menunjukkan bahwa semakin seseorang memuja dan terlibat dengan sosok selebriti tertentu, maka hubungan parasosial atau *intimate relationship* semu (karena hanya bersifat satu arah) yang terjalin antara fans dengan idola semakin kuat.

Penelitian ini menggunakan konsep *intense-personal feeling celebrity worship* yang dikemukakan oleh Maltby dkk. (Darfiyanti & Putra, 2012) yang membuat definisi *intense-personal feeling celebrity worship* sebagai perasaan intensif dan kompulsif terhadap selebriti, hampir sama dengan tendensi obsesif pada *fans* yang menyebabkan seseorang kemudian menjadi memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun tentang selebriti tersebut, mulai dari berita terbaru hingga informasi mengenai pribadi selebriti. Teori ini digunakan karena konsep tersebut telah mampu menggambarkan fenomena celebrity worship yang terjadi dikalangan subjek dalam penelitian.

2.2.3 Dampak Celebrity Worship

2.2.3.1 Dampak Positif

Sebuah studi di Kanada yang dilakukan oleh Boon dan Lomore (Sheridan, North, Maltby, & Gillett, 2007) mensurvei kepada 75 mahasiswa. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa 58.7% dari mahasiswa tersebut percaya bahwa selebriti idola mereka telah mempengaruhi sikap dan keyakinan mereka atau telah menginspirasi mereka untuk mengejar kegiatan tertentu.

2.2.3.2 Dampak Negatif

Sebuah survei yang dilakukan melalui telepon oleh Cheung dan Yue (Sheridan dkk., 2007), mewawancarai 833 sample di Cina yang memuja selebriti (terutama idola pop musik dan atlet). Cheung dan Yue menemukan

bahwa *celebrity worship* diperkirakan membuat sampel rendah dalam kinerja kerja maupun kinerja belajar, memiliki *self-esteem* yang cenderung rendah dan kesulitan dalam menemukan identitas diri. Selain itu dalam penelitian Sheridan dkk. (2007), disimpulkan bahwa *celebrity worship* memiliki elemen adiktif dan bahwa *celebrity worship* memiliki hubungan dengan kriminalitas. Meskipun korelasi tidak kuat dalam penelitian ini, namun berdasarkan penelitian sebelumnya mereka tetap konsisten bahwa hubungan tersebut signifikan.

2.3 Remaja

2.3.1 Definisi Remaja

Dalam budaya Amerika, periode remaja ini dipandang sebagai masa “*Strom & Stress*”, frustrasi dan penderitaan, konflik dan krisis penyesuaian, mimpi dan melamun tentang cinta, dan perasaan teralineeasi (tersisihkan) dari kehidupan sosial budaya orang dewasa (Yusuf, 2009).

Menurut pendapat di atas dapat diartikan bahwa pada masa remaja terjadi frustrasi dan konflik karena adanya tuntutan untuk menyesuaikan diri dari perubahan masa kanak-kanak ke dalam kehidupan orang dewasa.

Dariyo (2004) mendefinisikan masa remaja sebagai masa transisi/peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang ditandai dengan adanya perubahan aspek fisik, psikis, psikososial. Menurut pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa masa remaja merupakan transisi ke masa dewasa karena itu terjadi perubahan dalam segala aspek kehidupannya.

Berbeda dengan kedua pendapat di atas, menurut Santrok (2005) masa remaja adalah sebagai masa evaluasi, waktu pengambilan keputusan, dan berkomitmen sebagai orang muda untuk mengukir tempat mereka di dunia. Artinya adalah remaja dituntut untuk bisa melakukan evaluasi terhadap hidupnya agar ia bisa mengambil sebuah keputusan dan berkomitmen terhadap sesuatu.

Masa remaja menurut Mappiare (Ali & Asrori, 2014) berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria. Rentang usia remaja menurut Monks (2000) dibagi menjadi tiga yaitu (a) remaja awal: 12-15 tahun; (b) remaja pertengahan 15-18 tahun; (c) remaja akhir: 18-21 tahun.

Berdasarkan penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa remaja adalah masa transisi dari kanak-kanak menuju dewasa yang dimulai dari usia 12-21 tahun. Pada masa remaja terjadi perubahan fisik, psikis, dan psikosial yang menyebabkan konflik dan krisis penyesuaian. Penelitian ini menggunakan konsep remaja menurut Monks yang membagi usia remaja menjadi tiga, yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah remaja usia 15-21 tahun.

2.3.2 Tugas Perkembangan Remaja

Setiap individu tumbuh dan berkembang selama perjalanan hidupnya melalui beberapa periode atau fase perkembangan. Setiap fase perkembangan mempunyai serangkaian tugas perkembangan yang harus diselesaikan dengan baik oleh setiap individu. Kegagalan dalam menyelesaikan tugas-tugas perkembangan pada fase tertentu akan berakibat tidak baik pada kehidupan fase berikutnya. Sebaliknya, keberhasilan dalam menyelesaikan tugas-tugas perkembangan pada fase tertentu akan memperlancar pelaksanaan tugas-tugas perkembangan fase berikutnya.

Menurut Robert J. Havighust (Ali & Asrori, 2014), tugas perkembangan adalah tugas yang muncul pada saat satu periode tertentu dari kehidupan individu dan jika berhasil akan menimbulkan fase bahagia dan membawa keberhasilan dalam melaksanakan tugas-tugas berikutnya. Akan tetapi, kalau gagal akan menimbulkan rasa tidak bahagia dan kesulitan dalam menghadapi tugas-tugas berikutnya.

Tugas perkembangan masa remaja difokuskan pada upaya meninggalkan sikap dan perilaku kenakak-kanakan serta berusaha untuk

mencapai kemampuan bersikap dan berperilaku secara dewasa (Ali & Asrori, 2014).

Menurut William Kay (Yusuf, 2009) tugas perkembangan utama remaja adalah memperoleh kematangan sistem moral untuk membimbing perilakunya. William Kay mengemukakan tugas-tugas perkembangan remaja sebagai berikut:

- a. Menerima fisiknya sendiri berikut keragam kualitasnya.
- b. Mencapai kemandirian emosional dari orangtua atau figur-figur yang mempunyai otoritas.
- c. Mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal dan belajar bergaul dengan teman sebaya atau orang lain, baik secara individual maupun kelompok.
- d. Menemukan manusia model yang dijadikan identitasnya.
- e. Menerima dirinya sendiri dan memiliki kepercayaan terhadap kemampuannya sendiri.
- f. Memperkuat *self-control* (kemampuan mengendalikan diri) atas dasar skala nilai, prinsip-prinsip atau falsafah hidup.
- g. Mampu meninggalkan reaksi dan penyesuaian diri (sikap/perilaku) kekanak-kanakan.

2.4 Keterkaitan *Intense-Personal Feeling Celebrity Worship* dengan Kecenderungan *Internet Addiction*

Celebrity worship erat kaitannya dengan media. Maltby dkk. (2003) membuat konseptualisasi *celebrity worship* sebagai bentuk tidak normal dari hubungan parasosial atau interaksi parasosial individu yang terobsesi pada satu selebriti atau lebih. Selebriti adalah seseorang yang 'terkenal karena keterkenalannya' (Boorstin, 2012). Selebriti mencakup kisaran orang yang relatif sempit karena hanya mencakup bintang dan tokoh-tokoh terkemuka. Figur-figur tersebut terutama dipuja karena karisma mereka, penampilan fisik, kekayaan, prestasi pribadi, dan pengaruh sosial (Liu, 2013).

Dalam penelitian Martin, Cyanus, McCutcheon, & Maltby (Evans, Hart, Cicala, & Sherrel, 2009), *celebrity worship* lebih sering dilakukan oleh remaja. Pengidolaan yang dilakukan remaja terhadap selebriti dilakukan karena pada masa remaja mereka membutuhkan sosok yang mereka anggap ideal untuk menjadi panutan dalam pembentukan identitas diri. Hal ini didukung oleh pernyataan McCutcheon dkk. yang mengemukakan bahwa mereka yang terlibat dalam *celebrity worship* memiliki struktur identitas yang lemah (Evans dkk., 2009). Dengan menyerap kualitas-kualitas yang ada pada diri selebriti membantu remaja untuk memperkuat pembentukan identitas.

Selain untuk pembentukan identitas, remaja juga mengidolakan selebriti karena menganggap idola yang berlawanan jenis sebagai sosok ideal untuk dijadikan pasangan. Erikson (Darfiyanti & Putra, 2012) menyatakan bahwa individu yang berada pada tahap remaja mulai melakukan eksplorasi terhadap hubungan yang sifatnya romantis, sehingga idola dijadikan model pasangan yang diinginkan.

Celebrity worship mempunyai tiga aspek, salah satunya adalah *intense-personal feeling* yang merefleksikan perasaan intensif dan kompulsif terhadap selebriti menyebabkan remaja memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun tentang selebriti tersebut, mulai dari berita terbaru hingga informasi mengenai pribadi selebriti (Darfiyanti & Putra, 2012). Hal ini dapat berlaku pada semua orang tak terkecuali dengan remaja perempuan yang mengidolakan *boyband* dan *girlband* asal Korea Selatan.

Remaja yang mengidolakan *boyband* dan *girlband* biasanya melakukan aktivitas *fangirling* yang dilakukan secara *online* untuk mencari informasi mengenai idola. Informasi tersebut didapatkan melalui situs jejaring sosial atau *website* yang menyajikan berita mengenai K-pop. Kegiatan yang dilakukan penggemar K-pop dalam dunia maya yaitu mereka mengunduh video klip dan berbagai macam *variety show* yang dibintangi idola mereka, mereka bertukar informasi dan gossip terbaru melalui *fanboard* maupun bentuk media internet lainnya seperti Twitter. Hal ini bagi mereka adalah

sebuah forum untuk mengekspresikan keluhan mereka, berbagi informasi, dan mengesahkan identitas mereka sebagai penggemar (Nursanti, 2013).

Penggemar berbagi informasi untuk semakin banyak yang mengetahui mengenai idolanya, dari yang tidak tahu menjadi tahu dan yang sudah tahu menjadi semakin ketergantungan konsumsi informasi akan idolanya. Hal inilah yang menyebabkan remaja penggemar K-pop tidak bisa lepas dari penggunaan internet atau kecanduan akan internet.

Young mendefinisikan kecanduan internet (*internet addiction*) sebagai ketidakmampuan individu dalam mengontrol penggunaan internet, terpreokupasi dengan internet, menghabiskan lebih banyak waktu untuk internet, dan merasakan keinginan atau dorongan yang begitu besar untuk menggunakan internet. Orang yang sudah kecanduan internet akan cenderung mengabaikan lingkungan sekitarnya, seperti teman, rekan kerja, dan kelompoknya. Selain itu interaksi mereka dengan keluarga akan berkurang karena terlalu fokus dengan dunia maya yang sedang dihadapinya (Anisa, 2014).

Salah satu faktor dalam kecanduan internet adalah usia awal mengetahui internet. Remaja lebih mudah untuk menjadi kecanduan internet, hal ini dikarenakan oleh kecenderungan kaum remaja untuk menggunakan internet sebagai sarana untuk mencari informasi belajar, bermain dan juga berhubungan dengan teman-temannya, baik melalui jejaring sosial atau figur *chatting* (Martono & Renata, 2010). Seperti halnya kecanduan internet yang dialami oleh remaja penggemar K-pop yang diakibatkan oleh pencarian informasi mengenai idolanya karena adanya perasaan obsesi yang dirasakan oleh penggemar untuk selalu terlibat di setiap kehidupan selebriti.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Agoes Dariyo dan Mikha A. Widiyanto (2013) dengan judul “Pengaruh Kesepian, Motif Persahabatan, Komunikasi *On Line* dan Terhadap Penggunaan Internet Kompulsif Pada Remaja” didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan kesepian, motif persahabatan, komunikasi *online* terhadap ketergantungan internet sebesar

13,2%. Hal ini menunjukkan bahwa ditemukan penggunaan internet kompulsif pada remaja.

Selain itu Rense Lange, James Houran, dan Lynn E. McCutcheon (Brewer, 2011) menyatakan dalam preliminary study yang dilakukannya untuk mencari hubungan antara *internet addiction* dengan *celebrity worship* ditemukan hasil bahwa partisipan yang meraih skor tinggi pada *internet addiction* juga meraih skor yang tinggi dalam *celebrity worship*.

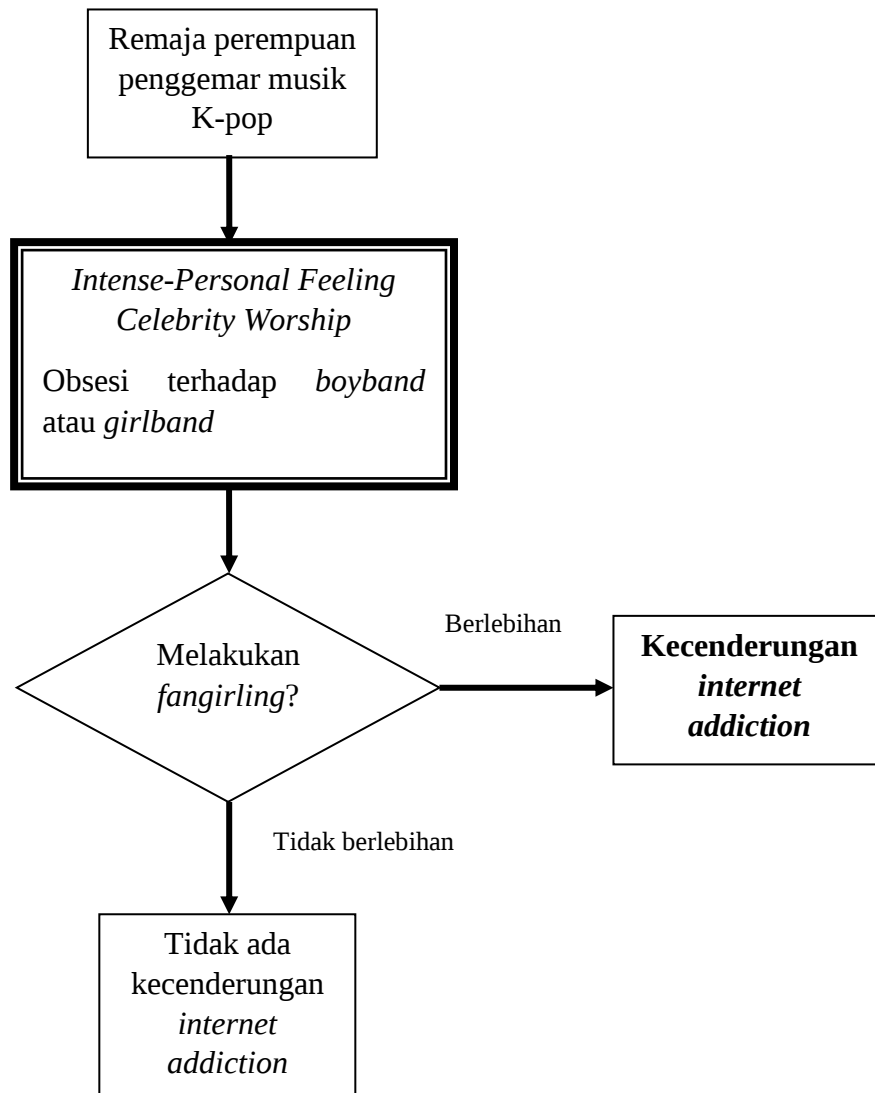
Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *intense personal feeling celebrity worship* dengan kecenderungan *internet addiction* pada remaja perempuan penggemar musik *Korean pop*.

2.5 Kerangka Berpikir

Musik *Korean pop* saat ini tengah digemari oleh masyarakat Indonesia, terutama remaja-remaja yang masih pada masa labil menyebabkan remaja mudah terpengaruh akan hal-hal yang sedang terjadi di sekitarnya. Adanya pengaruh dari lingkungan membuat remaja dengan mudahnya menggemari musik *Korean pop* yang dipopulerkan oleh *boyband* dan *girlband* asal Korea Selatan. Didukung dengan fisik yang menarik, *boyband* dan *girlband* ini mampu menciptakan sekumpulan penggemar di kalangan remaja. Penggemar yang sampai terobsesi dengan idolanya akan mempunyai keinginan yang besar untuk mengetahui hal apapun mengenai idolanya (*intense-personal feeling celebrity worship*). Rasa ingin tahu penggemar ini kemudian dimanifestasikan dengan mencari informasi yang berkaitan dengan idolanya melalui internet. Apabila pencarian informasi menggunakan internet dilakukan secara rutin maka dapat mengakibatkan kecenderungan *internet addiction* pada penggemar.

Asumsi dalam penelitian ini adalah *intense personal feeling celebrity worship* mempunyai pengaruh terhadap kecenderungan *internet addiction*

pada remaja penggemar musik *Korean pop*, seperti yang disajikan dalam bagan berikut :



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

Dari bagan di atas, dapat dilihat bahwa penggemar dengan *intense personal feeling celebrity worship*, maka cenderung mengalami *internet addiction*.

2.6 Hipotesis

Hipotesis yang diajukan di dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh *intense personal feeling celebrity worship* terhadap kecenderungan *internet addiction* pada remaja perempuan penggemar musik *Korean pop*.

2.7 Hasil Penelitian yang Relevan

Di bawah ini adalah beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti, yaitu :

1. Penelitian dalam jurnal yang dilakukan oleh Agoes Dariyo dan Mikha A. Widiyanto berjudul “Pengaruh Kesepian, Motif Persahabatan, Komunikasi *Online* dan Terhadap Penggunaan Internet Kompulsif Pada Remaja” dilakukan pada tahun 2013 menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitiannya adalah jika dilihat secara bersama-sama terdapat pengaruh signifikan kesepian, motif persahabatan, komunikasi *on line* terhadap ketergantungan internet. Pengaruh dari ketiga variabel tersebut sebesar 13,2% dan masih ada 86,8% faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap ketergantungan internet.
2. Penelitian dalam jurnal yang dilakukan oleh Sari Dewi Yuhana Ningtyas berjudul “Hubungan Antara *Self Control* Dengan *Internet Addiction* Pada Mahasiswa” yang dilakukan pada tahun 2012 menggunakan metode kuantitatif korelasional. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil yaitu ada hubungan negatif antara *self control* dengan *internet addiction* pada mahasiswa FIP semester 5 UNNES ditunjukkan dengan $r = -0,752$, kategori *self control* tergolong rendah 93,85% berarti bahwa mahasiswa kurang mampu mengontrol perilaku, mengambil keputusan atau suatu tindakan yang cukup baik terhadap internet.
3. Penelitian dalam skripsi yang dilakukan oleh Evita Puspita Sari berjudul “Hubungan *Celebrity Worship* Dengan *Psychological Ownership* Pada Fans K-Pop : Studi Pada Fans Super Junior di Bandung” dilakukan pada tahun 2013 menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai pendekatan

utama dengan desain penelitian studi korelasional dan pendekatan kualitatif sebagai pendekatan pendukung dengan desain penelitian wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dengan *psychological ownership* yaitu sebesar 0,897.

4. Penelitian dalam jurnal yang dilakukan oleh John Maltby, David C. Giles, Louise Barber, dan Lynn E. McCutcheon berjudul "*Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents*" yang dilakukan pada tahun 2005 menggunakan metode kuantitatif. Hasil temuan menunjukkan bahwa pada remaja perempuan, ada interaksi antara aspek *Intense-personal celebrity worship* dan citra tubuh pada remaja usia 14 dan 16 tahun, dan beberapa bukti tentatif menunjukkan bahwa hubungan ini menghilang pada awal masa dewasa. Dalam penelitian ini dapat dilihat pembentukan hubungan parasosial dengan tokoh-tokoh media dan menunjukkan bahwa hubungan parasosial dengan selebriti yang dianggap memiliki bentuk tubuh yang baik dapat menyebabkan citra tubuh yang buruk pada remaja perempuan