

## **LAYANAN INFORMASI SEBAGAI TINDAKAN PREVENTIF TERHADAP PERILAKU *CELEBRITY WORSHIP* BAGI SISWA SMK NEGERI 1 GODEAN**

Sri Wahyuni<sup>1)</sup>, Nararya Rahadyan B.<sup>2)</sup>, Tati Indriani<sup>3)</sup>  
Universitas Teknologi Yogyakarta<sup>1,2)</sup>, SMK Negeri 1 Godean<sup>3)</sup>  
[srwahyuni58@gmail.com](mailto:srwahyuni58@gmail.com)<sup>1)</sup>, [nararya@uty.ac.id](mailto:nararya@uty.ac.id)<sup>2)</sup>, [tatiindriani@gmail.com](mailto:tatiindriani@gmail.com)<sup>3)</sup>

### **Abstrak**

Remaja menjadi segmentasi tertinggi dalam penggunaan sosial media yang memungkinkan akses informasi secara cepat, komperhensif dan mendalam terhadap hal yang diminati. Bentuk fanatisme remaja terhadap *public figure* dapat berdampak negatif dan berpotensi mengarah pada perilaku *celebrity worship*. Sikap siswa (remaja) di SMKN 1 Godean terhadap *public figure* yang disukai berpotensi mengarah pada perilaku *celebrity worship*. Dibuktikan melalui survei awal yang menunjukkan 47,2% responden mengaku larut dalam kehidupan selebriti yang diidolakan, dan 40,9% responden mengaku reaktif saat melihat idola (langsung atau melalui media). Penelitian ini berfokus pada tingkat perilaku *Celebrity Worship*. Sampel penelitian ini adalah siswa kelas X-XI yang masuk kedalam kategori *borderline pathological* / kategori tinggi di tahapan *celebrity worship*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh layanan informasi sebagai tindakan preventif terhadap perilaku *celebrity worship* serta, untuk mengetahui tindakan preventif perilaku *celebrity worship* di SMKN 1 Godean. Jenis penelitian yang digunakan adalah pre-eksperimental design dengan teknik *one shot case study*, yang mana desain ini tidak memiliki kelompok kontrol dan hanya memberikan satu kali *treatment* lalu diberikan *posttest* pada anggota kelompok. Populasi penelitian ini adalah siswa kelas X-XI SMKN 1 Godean tahun ajaran 2022/2023. Sampel penelitiannya adalah 4 siswa SMKN 1 Godean yang masuk kedalam kategori *borderline pathological* atau tahap tertinggi dari *celebrity worship*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner *celebrity attitude scale* dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan ada uji t-test. Hasil penelitian yaitu terdapat pengaruh layanan informasi sebagai tindakan preventif terhadap perilaku *celebrity worship*. Hal ini dari hasil analisa uji t-test, yakni diperoleh nilai thitung = 3,7045 > t tabel = 3,182 yang berarti Ho ditolak, dan Ha diterima. Hasil penelitian selanjutnya yaitu tindakan preventif terhadap perilaku *celebrity worship* berupa pemberian *advice* dan pendampingan pada siswa. Saran bagi penelitian lanjutan adalah mengembangkan media berbantuan teknologi digital sebagai upaya preventif dari perilaku *celebrity worship*.

**Kata Kunci:** *Layanan Informasi, Preventif, Celebrity Worship*

## 1. Pendahuluan

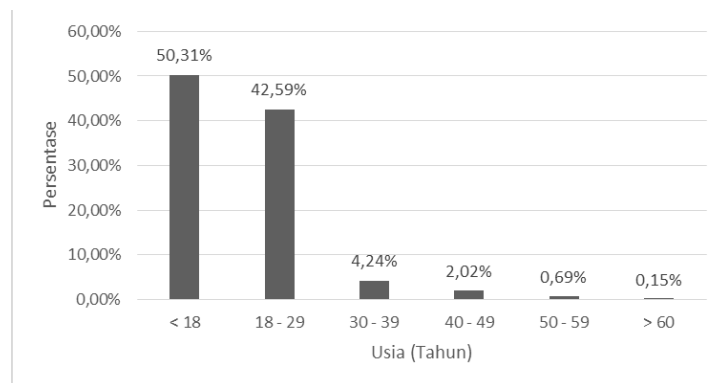
Industri kreatif saat ini berkembang dengan pesat. Indonesia sendiri memiliki beberapa sektor industri kreatif seperti; arsitektur, periklanan, pasar barang seni atau kerajinan tangan, desain, *fashion*, garmen, video, film, fotografi dan kuliner (Isabela, 2022). Terdapat 4 sektor yang pertumbuhannya sangat cepat, yaitu film, animasi, video, seni pertunjukan dan desain komunikasi visual. Keempat sektor dapat bertumbuh secepat itu didukung dengan tingginya adopsi digital di masyarakat sendiri (Dikutip dari kominfo.go.id tanggal 28 Oktober 2022). Berdasarkan hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) yang dilakukan tahun 2021 hingga 2022, terdapat 210.026.769 jiwa dari total populasi 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia yang terkoneksi internet. Angka ini meningkat sebanyak 3,32% dari survei tahun 2020.

Orientasi masyarakat Indonesia dalam memilih media hiburan mulai beralih pada tayangan virtual dan digital sehingga memungkinkan untuk mengakses kreasi *content creator* maupun selebriti yang diidolakan baik dari dalam negeri hingga luar negeri. Contohnya saja, dari luar negeri yaitu dari negara Korea Selatan. Dilansir dari Celebrities.id; Bangtan Boys (BTS), NCT 127, Blackpink, Exo, dan Treasure menjadi 5 grup K-Pop yang memiliki banyak penggemar di Indonesia. Selain itu, selebriti di atas sering membuat trending di Twitter (Haidir, 2022). Kemudian Khaby Lame. *Content creator* yang terkenal dengan video pendeknya yang 'menyindir' konten video dari orang-orang yang mempersulit dirinya sendiri. Lalu dari Indonesia sendiri, menurut katadata.co.id, akun Youtube dengan subscriber terbanyak pada Januari 2022 adalah Ricis Official (Aeni, 2022). Selain dari pada itu, masih banyak *content creator* lain yang dikenal dengan ciri khasnya masing-masing.

Tingginya atensi masyarakat terhadap *public figure* yang tampil di berbagai media menimbulkan reaksi beragam. Salah satunya perilaku obsesif seseorang untuk selalu berusaha ikut serta dalam kehidupan idola sehingga tidak jarang hal tersebut berpengaruh terhadap kehidupan sehari-harinya (Ghaffara & Qodariah, 2022). Perilaku tersebut dinamakan dengan *celebrity worship*.

Pengaruh globalisasi menyebabkan fenomena *celebrity worship* tidak hanya terjadi pada artist nasional, namun juga terhadap *public figure* mancanegara. Salah satu contoh yang mengindikasikan masyarakat Indonesia 'terpapar' budaya luar adalah

fenomena *Korean Wave* di Indonesia yang terjadi sejak tahun 2004 (Fachrosi, 2020). Hingga saat ini, budaya Korea diterima di Indonesia secara luas dan cepat melalui berbagai sektor seperti musik, makanan, serial drama, film, dan lain sebagainya. Salah satu contoh bentuk *Korean Wave* di Indonesia adalah fanatisme masyarakat pada group vocal asal Korea Selatan BTS (Bangtan Boys). Berdasarkan data sensus ARMY (*Adorable Representative M.C for Youth*) BTS yang dilakukan pada tahun 2020 terhadap 400000 fans BTS diseluruh dunia, didapatkan hasil:



Gambar 1. Jumlah Persentase ARMY Berdasarkan Usia

Berdasarkan data tersebut, rentang usia di bawah 18 tahun memiliki persentase yang paling tinggi sebagai fans BTS. Usia tersebut masih dalam rentang usia siswa sekolah. Rentang usia remaja di Indonesia menurut Wirawan, berada pada batasan usia 11-24 tahun dan belum menikah (Saputro, 2018). Terdapat beberapa kasus terkait ARMY (fans BTS) terhadap anggota BTS sendiri. Dikutip dari celebrities.id tanggal 03 Maret 2023, ketika BTS tiba di Bandara Soekarno Hatta, sudah banyak ARMY yang menyambutnya. Jungkook, salah satu anggota BTS ditarik oleh *sasaeng* (penggemar fanatik) hingga akhirnya dia ketakutan (Fatimah, 2022). Selain kasus tersebut, Isa Zega alias Mami *Online* ‘diserang’ oleh ARMY tidak hanya di akun Tiktok-nya, tapi juga Instagram. Dilansir dari tribunpriangan.com, kejadian tersebut disebabkan Isa Zega menyebut ARMY alay karena semuanya memakai baju berwarna ungu saat akan menonton BTS: *Yet To Come In Cinemas* (Hidayat, 2023). Sensus tersebut sesuai dengan yang disampaikan McCutcheon bahwa “usia remaja merupakan usia mencapai puncak dalam *celebrity worship* sedangkan perlahan menurun pada usia dewasa” (Ayu & Astiti, 2020).

Rinata & Dewi (2019) menyampaikan jika penggemar bisa menghabiskan banyak waktu di depan gawai untuk bermain sosial media dan berdiskusi dengan anggota *fandom* (kumpulan penggemar) yang mengarah pada perilaku fanatisme. Dari survei yang dilakukan Kumparan di tahun 2017, mendapatkan hasil bahwa 56% fans K-Pop dapat menghabiskan waktu selama 1-5 jam ‘berselancar’ media sosial untuk mencari tahu informasi tentang idola mereka (KumparanK-Pop, 2017). Hal ini seharusnya tidak boleh dibiarkan. Usia remaja adalah masa yang penting. Tidak hanya karena terjadinya perubahan pada fisik, tapi juga emosional, dan lagi remaja mulai mencari identitas dirinya (Nabila, 2020). Fanatisme terhadap *public figure* dan didukung kemudahan akses informasi melalui berbagai media akan berpotensi mengarahkan perilaku *celebrity worship* pada remaja jika tidak ada upaya preventif dan edukatif melalui serangkaian layanan informasi yang positif. Upaya meminimalisir perilaku *celebrity worship* tersebut diperlukan bimbingan dan pengarahan supaya remaja dapat mengambil langkah dengan tepat sesuai dengan kondisi yang dimilikinya (Saputro, 2018).

Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 111 Pasal 3 Tahun 2014 Tentang Bimbingan dan Konseling Pada Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah mengatakan bahwa “Layanan Bimbingan dan Konseling memiliki tujuan membantu konseli mencapai perkembangan optimal dan kemandirian secara utuh dalam aspek pribadi, belajar, sosial, dan karier.” BK memiliki beberapa layanan di dalamnya, salah satu layanannya adalah layanan informasi. Layanan ini dapat dilakukan oleh guru BK secara fleksibel, maksudnya bisa dilakukan baik di dalam kelas ataupun dilakukan di luar kelas (Afiah et al., 2021). Materi yang dimuat dalam layanan ini disesuaikan dengan kebutuhan dari peserta didik sendiri (Iriastuti, 2021). Peneliti memiliki ekspektasi terhadap peran BK melalui layanan informasi untuk meminimalisir dan mencegah perilaku *celebrity worship* remaja, khususnya di SMKN 1 Godean. Hal ini disebabkan di SMKN 1 Godean terdapat beberapa siswa yang menunjukkan perilaku yang mengarah pada *celebrity worship*.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, idealnya perilaku *celebrity worship* ini dapat dicegah melalui layanan informasi yang baik bagi setiap siswa. Penelitian ini dilakukan untuk melihat ada tidaknya pengaruh setelah diberikannya layanan informasi kepada siswa yang menjadi sampel penelitian dan untuk mengetahui tindakan preventif

yang dilakukan guru BK di SMK Negeri 1 Godean bagi siswanya. Mengingat masih minimnya penelitian yang mengangkat topik perilaku *celebrity worship* pada siswa, maka penelitian terkait pencegahan *celebrity worship* melalui layanan informasi penting untuk dilakukan.

## 2. Metode

### Rancangan Penelitian

Desain yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Pre-Eksperimental *Design*, dengan teknik *One-shot case study*. Desain ini peneliti pilih karena peneliti merasa desain ini dapat menjawab pertanyaan dalam penelitian ini. Dalam desain ini tidak ada kelompok kontrol, hanya ada kelompok eksperimen saja yang akan diukur berdasarkan dari perlakuan yang diberikan. Pelaksanaannya dengan memberikan satu kali *treatment* kemudian memberikan *posttest* pada anggota kelompok.

Pemberian *posttest*, untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang muncul setelah diberikannya *treatment*. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 1. Pola Desain Penelitian *One-Shot Case Study* (Arikunto, 2006)

Perlakuan	Posttest
X	O

Keterangan:

X : *Treatment* (perlakuan)

O : Hasil observasi sesudah *treatment* (dapat dengan *posttest*)

### Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMK Negeri 1 Godean kelas X dan XI Tahun Ajaran 2022/2023 sebanyak 716 siswa.

Tabel 2. Populasi Siswa SMK Negeri 1 Godean Kelas X-XI

Tahun Ajaran 2022/2023

No.	Program Kejuruan	Jumlah	No.	Program Kejuruan	Jumlah
1. Kelas X			2. Kelas XI		
a.	AKL 1	36	a.	AKL 1	36
b.	AKL 2	36	b.	AKL 2	36

## PROSIDING

Seminar Antarbangsa

“Penguatan Karakter Menuju Konselor Multibudaya Dijiwai Nilai-Nilai Religius”

Selasa, 18 Juli 2023

No.	Program Kejuruan	Jumlah	No.	Program Kejuruan	Jumlah
c.	AKL 3	36	c.	AKL 3	35
d.	DKV 1	36	d.	DKV 1	36
e.	DKV 2	36	e.	DKV 2	36
f.	MPLB 1	36	f.	MPLB 1	36
g.	MPLB 2	36	g.	MPLB 2	36
h.	MPLB 3	36	h.	MPLB 3	36
i.	PM 1	36	i.	PM 1	34
j.	PM 2	36	j.	PM 2	35
Jumlah		360	Jumlah		356

Sampel penelitian dipilih secara *purposive sampling*, di mana hanya siswa dengan tingkat *celebrity worship* dalam tahapan *borderline pathological* yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Dari penyebaran kuesioner dengan bantuan guru BK, pengurus OSIS dan peneliti yang datang langsung ke sekolah, didapat 114 siswa yang mengisi kuesioner *Celebrity Attitude Scale*. Didapat 8 siswa yang masuk kedalam kategori *borderline pathological*. Hanya saja, yang menjadi sampel dalam penelitian ini hanya 4 orang siswa, yaitu:

Tabel 3. Sampel Penelitian

No.	Nama	Jenis Kelamin	Kelas	Usia	Skor CAS
1.	R1	Perempuan	XI AKL 3	18 tahun	145
2.	R2	Perempuan	XI MPLB 3	17 tahun	143
3.	R3	Perempuan	XI AKL 2	17 tahun	139
4.	R4	Perempuan	X MPLB 3	16 tahun	131

Sampel ini dipilih untuk nantinya menerima *treatment* berupa diskusi kelompok. Jadwal pelaksanaan *treatment* tidak dapat diubah lagi karena sekolah sudah akan melaksanakan Penilaian Akhir Semester dan Ujian Kejuruan. Jumlah sampel dalam penelitian ini sudah memenuhi kriteria kelompok kecil yang beranggotakan 2 sampai 5 orang (Prayitno & Amti, 2018). Keempat responden lainnya tidak menjadi sampel penelitian disebabkan; 1) Dua orang siswa mengidolakan sosok keluarganya, yang mana tidak sesuai dengan karakteristik *celebrity worship*; 2) Satu orang siswa mengalami kecelakaan sehari sebelum *treatment* diberikan, sehingga sulit untuk datang mengikuti *treatment*; 3) Satu orang siswa mengikuti kegiatan kepemudaan (*nyinom*) di kampungnya.

### **Alat Pengumpul Data**

Penelitian ini menggunakan 2 alat pengumpul data, yaitu kuesioner dan wawancara. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang naskahnya ditulis oleh Katja Borchert, Ph.D berdasarkan buku karya Maltby, Day, McCutcheon, Houran dan Ashe di tahun 2006 yang berjudul *Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context*. Penyebaran kuesioner ini melalui google formulir yang dikirimkan melalui grup Whatsapp dengan meminta bantuan dari guru BK dan pengurus OSIS.

Kuesioner diberikan sebanyak 2 kali. Pertama, kuesioner disebar ke seluruh siswa SMK Negeri 1 Godean kelas X dan XI. Penyebaran kedua, hanya kepada siswa yang menjadi sampel penelitian dan sudah menerima *treatment*.

Sedangkan wawancara dilakukan untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah b mengenai tindakan preventif terhadap perilaku *celebrity worship* yang dilakukan oleh sekolah. Teknik wawancara yang akan dilakukan berupa wawancara terstruktur. Alasan penggunaan teknik tersebut agar peneliti dan narasumber terarah dalam pengumpulan data. Narasumber untuk wawancara dari penelitian ini adalah guru BK yang ada di SMK Negeri 1 Godean. Jumlah guru BK yang diwawancara adalah 2 orang.

**Teknik Analisis Data**

Teknik analisa yang digunakan adalah dengan uji t-test yang mana membandingkan rata-rata test sebelum dan sesudah *treatment* dengan rumus yang digunakan adalah

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{S_{\bar{X}_1} - S_{\bar{X}_2}}$$

Gambar 1 Rumus t-Test  
design one-shot case study  
(Arikunto, 2006)

Keterangan:

- t = harga t;
- $\bar{X}_1$  = rata-rata kelompok sebelum perlakuan
- $\bar{X}_2$  = rata-rata kelompok setelah perlakuan
- $S_{\bar{X}_1}$  = standar deviasi sebelum perlakuan
- $S_{\bar{X}_2}$  = standar deviasi setelah perlakuan

Berdasarkan rumus t-test diatas, kemudian dikonsultasikan dengan nilai dari taraf signifikan 5%. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ). Sebaliknya apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.

**3. Hasil dan Pembahasan**

**Pengaruh Layanan Informasi sebagai Tindakan Preventif terhadap Perilaku *Celebrity Worship* di SMK Negeri 1 Godean**

Setelah peneliti melakukan treatment kepada sampel penelitian yaitu 4 siswa SMK Negeri 1 Godean, selanjutnya peneliti memberikan posttest berupa kuesioner *celebrity attitude scale* kepada sampel penelitian. Skor posttest yang didapat oleh sampel penelitian adalah sebagai berikut;

Tabel 4. Skor Posttest Sampel Penelitian

Kode Sampel	Kelas	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Skor
S1	XI AKL 3	Perempuan	18	120
S2	XI MPLB 3	Perempuan	17	132
S3	XI AKL 2	Perempuan	17	122
S4	X MPLB 3	Perempuan	16	104



Untuk mengetahui pengaruh dari layanan informasi sebagai tindakan preventif terhadap perilaku *celebrity worship* bagi siswa SMK Negeri 1 Godean, peneliti menggunakan uji statistik t-test yakni dengan membandingkan rata-rata test sebelum *treatment* dengan rata-rata test setelah *treatment*. Berikut disajikan tabel persiapan perhitungan uji t-test untuk mempermudah perhitungan;

Tabel 5. Tabel Persiapan Perhitungan Uji t-Test

Kode Sampel	Sebelum <i>Treatment</i>	Setelah <i>Treatment</i>
S1	145	120
S2	143	132
S3	139	122
S4	131	104
Jumlah	558	478
Rata-rata Kelompok	139,5	119,5
Standar Deviasi Kelompok	6,1913919	11,590226

Berdasarkan tabel 4.2, maka diketahui bahwa:

$$\bar{X}_1 = 139,5$$

$$\bar{X}_2 = 119,5$$

$$S_{\bar{X}_1} = 6,19$$

$$S_{\bar{X}_2} = 11,59$$

$$n = 4$$

$$df = n-1 = 3$$

$$t_{\text{tabel}} (df 3, \text{signifikansi } 5\%) = 3,182$$

Berdasarkan nilai-nilai tersebut, maka dapat dilakukan perhitungan t-test dengan rumus sebagai berikut;

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{S_{\bar{X}_1} - S_{\bar{X}_2}}$$

$$t = \frac{139,5 - 119,5}{6,19 - 11,59}$$

$$t = \frac{20}{-5,40}$$

$$t = -3,7045$$

Diketahui bahwa nilai thitung adalah 3,7045, dan tanda minus (-) menunjukkan adanya penurunan dari skor sebelumnya. Kemudian, nilai thitung tersebut kemudian dikonsultasikan dengan nilai ttabel pada taraf signifikansi 5% (0,05) dengan derajat

kebebasan (df) adalah  $n-1$  atau  $4-1 = 3$ , dimana nilai ttabelnya adalah 3,182, didapat nilai thitung = 3,7045 > nilai ttabel = 3,182, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima yang berbunyi "ada pengaruh layanan informasi dalam meminimalisir perilaku *Celebrity Worship* siswa SMK Negeri 1 Godean".

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka layanan informasi sebagai tindakan preventif dapat mengurangi atau meminimalisir perilaku *celebrity worship* siswa. Perilaku *celebrity worship* sebenarnya perlu untuk dicegah, sebab jika individu dibiarkan terus-menerus mengikuti kesenangannya untuk mendukung sang idola akan memunculkan gangguan lain dalam diri individu tersebut. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Rojek (dalam Ayu & Astiti, 2020) bahwa "*celebrity worship* merupakan suatu kecenderungan untuk dekat dengan seorang idola yang mengarah kepada perilaku disfungsiional."

#### **Tindakan Preventif Perilaku *Celebrity Worship* di SMK Negeri 1 Godean**

*Celebrity worship* merupakan istilah baru bagi guru BK di SMK Negeri 1 Godean. Ketika peneliti menanyakan tentang *celebrity worship*, narasumber menanyakan kembali tentang hal tersebut. Setelah peneliti menjelaskan seperti apa *celebrity worship* kepada narasumber, maka didapat jawaban bahwa sempat ditemui siswa yang menunjukkan perilaku kecenderungan *celebrity worship*. Hasil wawancara bersa guru BK berinisial K.A, menyampaikan bahwa;

*"Hmm ada, itu biasanya kita di SMK Negeri 1 Godean itu kebanyakan adalah siswa perempuan. Oke selain ya, biasanya tuh, biasanya anak multimedia itu lebih ke manga kek gitu ya, itu lebih menonjolnya. Terus juga ada juga yang suka K-Pop K-Pop gitu juga ada. Saya juga pernah nemuin, kadang ada yang mereka bilang "Bu, ini tuh pacar saya Bu. Ini tuh calon suami saya" kayak gitu-gitu juga pernah. .... ada siswa yang suka manga gitu loh, terus dia cosplay nah itu dia menunjukkan "ini loh Bu saya abis cosplay ini disini" kayak gitu-gitu."*

Begitu juga dengan guru BK berinisial T.I, yang menyatakan bahwa;

*"Kalau itu sih, kayaknya saya apa ya, paling ya kalau anak-anak kesini ya paling biasalah suka K-Pop gini-gini. Tapi kalau untuk ke arah situ. Paling saya belum pernah liat. Paling ya emang fans sama ini, ngobrol sama temennya ini, atau ada yang suka sama anime. Paling ya, kalau saya taunya ya sebatas wallpaper nya."*

*Tapi kalau ke arah sana, kan kita cuma ketemunya disini aja ya. Mereka disini kan, pakaian ya seragam. Misalnya ya, dandanannya sesuai sama aturan sini. Kalau untuk kearah situ saya belum pernah”.*

Menurut Zsila, Urbán, McCutcheon dan Demotrovics “*celebrity worship* (pemujaan selebriti) ini didefinisikan sebagai keasyikan berlebih terhadap figur media yang terkenal (idola)” (Maulida et al., 2021). Dalam penelitian lain, disampaikan beberapa ciri dari individu yang mengalami *celebrity worship* akan menunjukkan perilaku seperti tertarik untuk mendapatkan informasi, membicarakan sang idola kepada teman, tertarik melihat penampilan idola, berfantasi dan sulit mengontrol diri (Ayu & Astiti, 2020).

Menurut peneliti, perilaku *celebrity worship* merupakan perilaku yang terlalu mendewakan sosok terkenal yang digemari. Perilaku ini akan membuat individu yang mengalaminya ingin selalu dekat dengan sang idola.

Selanjutnya, di SMK Negeri 1 Godean sendiri belum pernah ada layanan informasi yang menyampaikan tentang *celebrity worship*. Hal tersebut disebabkan perilaku yang ada pada siswa masih tampak wajar dan tidak mengganggu nilai siswa tersebut. Seperti yang disampaikan oleh guru BK berinisial K.A, bahwa

*“Kalau di SMK Negeri 1 Godean ini, untuk kayak mengangkat itu belum ya. Karena apa ya, sejauh saya melihat anak-anak itu belum kearah yang negatif gitu sih”* (narasumber 1 no. 50) dan disampaikan oleh guru BK berinisial T.I, yaitu *“tidak sampai menyampaikan informasi, karena ada hal seperti itu gitu loh. Karena saya pikirnya, mereka masih ketahap yang biasa aja”.*

Menurut penelitian terdahulu, “preventif yaitu upaya konselor untuk senantiasa mengantisipasi berbagai masalah yang mungkin terjadi dan berupaya untuk mencegahnya, supaya tidak dialami oleh peserta didik” (Yusuf & Nurihsan, 2016).

#### **4. Kesimpulan**

Adopsi digital mulai tumbuh dengan cepat di masyarakat sekarang ini. Pencarian konten hiburan atau tontonan sudah beralih lewat pemanfaatan internet. Namun, diketahui bahwa remaja menjadi segmentasi tertinggi dalam penggunaannya. Hal ini tentunya

bukanlah hal yang baik. Karena masa remaja merupakan masa yang penting. Masa remaja tidak hanya tentang perubahan fisik, tapi juga psikis.

Orientasi masyarakat Indonesia dalam memilih media hiburan memungkinkan untuk mengakses *public figure* baik dari dalam dan luar negeri. Tingginya atensi masyarakat akan hal itu, menimbulkan reaksi yang beragam. Salah satunya perilaku *celebrity worship*. Diketahui dari observasi awal bahwa siswa SMKN 1 Godean menunjukkan kecenderungan terhadap perilaku *celebrity worship*. Mengingat kalau masa remaja adalah masa yang penting, maka dibutuhkan bimbingan dan pengarahan supaya remaja dapat mengambil langkah yang tepat.

Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Layanan Informasi Sebagai Tindakan Preventif Terhadap Perilaku *Celebrity Worship* Bagi Siswa SMK Negeri 1 Godean” untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh terhadap perilaku *celebrity worship* setelah diberikannya layanan informasi. Dari penelitian ini, didapatkan hasil bahwa layanan informasi sebagai tindakan preventif memiliki pengaruh terhadap perilaku *celebrity worship* di SMK Negeri 1 Godean yang mana dapat mengurangi tingkat *celebrity worship* yang dialami siswa. Dari hasil uji t-test, didapatkan  $t_{hitung} = 3,7045 > t_{tabel} = 3,182$ , yang berarti layanan informasi sebagai tindakan preventif memiliki pengaruh untuk meminimalisir perilaku *celebrity worship* siswa.

Tindakan preventif perilaku *celebrity worship* di SMK Negeri 1 Godean belum pernah dilakukan. Hal ini disebabkan perilaku yang nampak pada siswa terkait kegemarannya terhadap idola terlihat masih dalam batas wajar. Perilaku *celebrity worship* yang ditunjukkan oleh siswa SMK Negeri 1 Godean masih sebatas membicarakan dan mengikuti idolanya di sosial media. Tindakan preventif terhadap perilaku *celebrity worship* berupa pemberian *advice* dan pendampingan pada siswa.

## Daftar Pustaka

- Adhi004. (2022). Pemerintah Dorong Optimalisasi Pertumbuhan Industri Kreatif Indonesia. Kominfo.Go.Id. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/39347/pemerintah-dorong-optimalisasi-pertumbuhan-industri-kreatif-indonesia/0/berita>. Diakses pada 28 Oktober 2022.
- Aeni, S. N. (2022). 10 YouTuber Subscriber Terbanyak di Indonesia, Siapa yang Nomor Satu? Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/sitinuraeni/berita/61fce50a12e39/10->

[youtuber-subscriber-terbanyak-di-indonesia-siapa-yang-nomor-satu](#). Diakses pada 29 Oktober 2022

- Afiah, N., Nisa, A., & Wulansari, L. (2021). Layanan informasi dalam Meningkatkan Pemahaman Cyberbullying di Media Sosial. *Orien: Cakrawala Ilmiah Mahasiswa*. <https://doi.org/10.30998/ocim.v1i1.4574>
- APJII. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. Apji.or.Od, June. apji.or.id.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Revisi VI ed.)*. Jakarta: PT Asdi Mahastya. Dipetik Mei 15, 2023
- Ayu, N. W. R. S., & Astiti, D. P. (2020). Gambaran Celebrity Worship pada Penggemar K-Pop. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 203. <https://doi.org/10.24014/pib.v1i3.9858>
- Fachrosi, E., Fani, DT, Lubis, RF, Aritonang, NB, Azizah, N., Saragih, DR, & Malik, F. (2020). Dinamika Fanatisme Pemimpin K-Pop pada Komunitas BTS-Army Medan. *Jurnal Diversita*, 6 (2), 194-201
- Fatimah, U. A. T. L. (2022). 5 Kasus Sasaeng BTS, Diteror Hingga Pelecehan Terhadap Member. *Celebrities.Id*. <https://www.celebrities.id/read/5-kasus-sasaeng-bts-diteror-hingga-pelecehan-terhadap-member-uU72I4>. Diakses pada 04 Maret 2023.
- Ghaffara, A., & Qodariah, S. (2022). Hubungan Self-control dengan Celebrity Worship pada Mahasiswa Penggemar Stray Kids di Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(1), 439–445. <https://doi.org/10.29313/bcps.v2i1.1227>
- Haidir, A. (2022). 5 Grup Kpop dengan Fans Terbanyak di Indonesia, Sering Bikin Trending Twitter! *Celebrities.Id*. <https://www.celebrities.id/amp/grup-kpop-dengan-fans-terbanyak-di-indonesia-0eM4O4?page=2>. Diakses pada 29 Oktober 2022.
- Hidayat, R. R. (2023). Viral, Isa Zega Alias Mami Online Sebut Fans BTS Alay, ARMY Murka Hingga Serang Akun Instagramnya. *Tribunpriangan.Com*. <https://priangan.tribunnews.com/2023/02/10/viral-isa-zega-alias-mami-online-sebut-fans-bts-alay-army-murka-hingga-serang-akun-instagramnya>. Diakses pada 04 Maret 2023.
- Iriastuti, M. E. (2021). Layanan Informasi Upaya Meningkatkan Kedisiplinan Menghadapi Praktik Kerja Industri di Sekolah Menengah Kejuruan. *Vocational: Jurnal Inovasi Pendidikan Kejuruan*. <https://doi.org/10.51878/vocational.v1i2.112>
- Isabela, M. A. C. (2022). Sektor-sektor Industri Kreatif di Indonesia. *Kompas.Com*. <https://nasional.kompas.com/read/2022/04/21/02000001/sektor-sektor-industri-kreatif-di-indonesia>. Diakses pada 28 Oktober 2022.
- KumparanK-Pop. (2017). Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan Bumbu Remaja. *Kumparan.Com*. <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja/3>. Diakses pada 25 Februari 2023.

- Maulida, A., Viridanda, W. Y., Nisa, H., & Sari, N. (2021). Tingkat Pemujaan Selebriti pada Komunitas Penggemar K-Pop di Aceh. *Seurune : Jurnal Psikologi Unsyiah*, 4(1), 48–74. <https://doi.org/10.24815/s-jpu.v4i1.19720>
- Nabila, S. (2020). Mengapa Masa Remaja Penting? Kompasiana.Com. <https://www.kompasiana.com/imurmatch/5fc95193d541df5b9007d082/mengapa-masa-remaja-penting>. Diakses pada 05 November 2022.
- Prayitno, & Amti, E. (2018). *Dasar-Dasar Bimbingan dan Konseling (4th ed.)*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop dalam Bermedia Sosial di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.13-21>
- Saputro, K. Z. (2018). Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v17i1.1362>
- Yusuf, S., & Nurihsan, A. J. (2016). *Landasan Bimbingan & Konseling (9th ed.)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.