

## **Pengaruh *Self Control* Terhadap *Celebrity Worship* Pada A.R.M.Y (*Adorable Representative Mc For Youth*) di Indonesia**

**Verent Shafa Chalista<sup>1</sup>, Siti Nur Aini<sup>2</sup>, Danan Satriyo Wibowo<sup>3</sup>**

Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Jember

### **INTISARI**

Salah satu fenomena yang terjadi kepada kebanyakan remaja sampai dewasa adalah *celebrity worship*. *Celebrity Worship* merupakan perilaku obsesi seorang penggemar untuk selalu terlibat dalam kegiatan menggemari selebriti idola sehingga terbawa dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena yang terjadi pada ARMY memunculkan perilaku *celebrity worship*. ARMY menghabiskan waktu untuk mencari informasi yang berkaitan dengan BTS, menghabiskan uang untuk membeli berbagai *merchandise* yang berkaitan dengan BTS, memiliki keterikatan perasaan terhadap idola, serta memiliki rasa kepemilikan kepada idola. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *self control* terhadap *celebrity worship* pada penggemar BTS yaitu ARMY (*Adorable Representative Mc For Youth*) di Indonesia, untuk mengetahui bagaimana gambaran *celebrity worship* pada masa dewasa awal, serta untuk mengetahui bagaimana pengaruh *self control* terhadap *celebrity worship* jika dilihat dari faktor dan luasnya populasi pada ARMY.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Metode pengambilan data menggunakan *simple random sampling*. Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 ARMY di Indonesia. Metode analisa data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji linieritas dan uji analisa regresi. Skala yang digunakan dalam penelitian kali ini menggunakan jenis skala *likert* yaitu *celebrity attitude scale* (CAS) dan *self control scale* (SCS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *self control* tidak berpengaruh terhadap *celebrity worship* dengan nilai signifikansi  $0,193 > 0,05$  yang berarti lebih besar dari nilai signifikansi  $0,05$  dan dipengaruhi oleh faktor lain seperti jenis kelamin, keterampilan sosial, dan harga diri. Pada penelitian ini paling banyak respondennya pada tingkat *intense personal feelings* (70 responden), dan *self control* tinggi pada aspek *intense personal feelings* yaitu (51%)

***Kata Kunci* : *self control, celebrity worship, ARMY.***

1. Peneliti
2. Dosen Pembimbing I
3. Dosen Pembimbing II

## ***The Influence Of Self Control On Celebrity Worship On Army (Adorable Representative Mc For Youth) In Indonesia***

**Verent Shafa Chalista<sup>1</sup>, Siti Nur Aini<sup>2</sup>, Danan Satriyo Wibowo<sup>3</sup>**  
*Faculty of Psychology, University of Muhammadiyah Jember*

### **ABSTRACT**

*One phenomenon that occurs to most teenagers to adults is celebrity worship. Celebrity Worship is the behavior of a fan's obsession to always be involved in the activities of liking celebrity idols so that they carry them into everyday life. The phenomenon that occurs in ARMY gives rise to celebrity worship behavior. ARMY spends time looking for information related to BTS, spends money to buy various merchandise related to BTS, has emotional attachments to idols, and has a sense of belonging to idols. The purpose of this study was to find out how self control influences celebrity worship on BTS fans, namely ARMY (Adorable Representative Mc For Youth) in Indonesia, to find out how celebrity worship looks like in early adulthood, and to find out how self control influences celebrity worship when viewed of factors and population size in ARMY.*

*This type of research is quantitative. Methods of data collection using simple random sampling. The sample used in this study amounted to 100 ARMY in Indonesia. The method used in this study is the validity test, reliability test, linearity test and regression analysis test. The scale used in this study uses a Likert scale, namely the celebrity attitude scale (CAS) and the self-control scale (SCS).*

*The results of this study indicate that self control has no effect on celebrity worship with a significance value of  $0.193 > 0.05$ , which is greater than a significance value of 0.05 and is influenced by other factors such as gender, social skills, and self-esteem. In this study, most of the respondents were at the level of intense personal feelings (70 respondents), and high self-control was at the aspect of intense personal feelings, namely (51%)*

***Keywords: self control, celebrity worship, and ARMY.***

1. Researcher
2. First Supervisor
3. Second Supervisor