

EDUKASI TIPE KEPERIBADIAN DALAM PENCEGAHAN FENOMENA CELEBRITY WORSHIP SYNDROME (CWS) DAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DI KALANGAN REMAJA

Puji Setya Rini^{1✉}, Rosmitha Aizah²
Email Korespondensi: pujipujisetyarini@gmail.com

¹²Jurusan S1 Keperawatan, Universitas Muhammadiyah Ahmad Dahlan Palembang, Indonesia

Abstrak

Remaja yang tidak mempunyai pengetahuan yang cukup sering menghadapi tantangan karena masalah. Remaja tidak siap untuk perubahan fisik dan psikologis yang akan terjadi, yang akan menjadi traumatis bagi mereka. Oleh karena itu, memahami seksualitas sangat penting. Di mana pengetahuan tersebut harus diperoleh secara akurat dan menyeluruh sehingga mereka tidak takut menghadapi tanggung jawab yang harus diselesaikan pada tahap perkembangannya.. Celebrity worship adalah perilaku obsesif di mana seseorang terlalu terlibat dalam kehidupan idolanya, terkadang mereka bersedia melakukan apa pun untuk idolanya, termasuk mencari informasi, mengikuti kegiatan idolanya, dan bahkan membeli barang-barang terkait dengan idolanya. FoMO yaitu kondisi situasional saat tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis pada autotomi, competence dan relatedness, yaitu kondisi diri individu yang bukan bersumber dari dirinya atau perasaan terpaksa (autotomi), kondisi diri individu yang selalu menginginkan dirinya lebih baik dari orang lain (competence) dan kebutuhan untuk selalu terhubung dengan orang lain (relatedness). Dampak negatif yang ditimbulkan oleh CWS dan FoMO membuat seseorang tidak bisa menikmati kebersamaan di dunia nyata secara maksimal, tidak peduli dengan lingkungan sekitar, waktu tidur terganggu, gangguan makan dan merasa kurang dengan apa yang sudah dimilikinya. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan metode ceramah, dibagikan kuesioner pre-post test pendidikan kesehatan. Data yang didapatkan berupa data univariat hanya melihat gambaran adanya peningkatan pengetahuan. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang didapat sebagian besar FOMO dengan kategori sedang sebanyak 31 responden (62%) dan CWS dengan kategori tinggi sebanyak 24 responden (48%). Setelah dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat diharapkan adanya pengawasan terhadap remaja terutama terkait FOMO dan CWS.

Kata Kunci : Tipe Kepribadian, Celebrity Worship Syndrome (CWS), Fear Of Missing Out (FOMO).

EDUCATION OF PERSONALITY TYPE WITH CELEBRITY WORSHIP SYNDROME (CWS) DAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO)

Abstract

Teenagers who do not have sufficient knowledge often face challenges due to problems.. Therefore, understanding sexuality is very important. Where that knowledge must be obtained accurately and comprehensively so that they are not afraid to face the responsibilities that must be completed at their developmental stage. Personality is a dynamic structure of an individual's psycho-physical system that influences the way an individual behaves and thinks characteristically. Celebrity worship is an obsessive behavior where someone is overly involved in their idol's life, sometimes willing to do anything for their idol, including seeking information, following their idol's activities, and even buying items related to their idol. FoMO is a situational condition when psychological needs for autonomy, competence, and relatedness are not met, which refers to the individual's condition not sourced from themselves or feelings of coercion (autonomy), the individual's condition of always wanting to be better than others (competence),

and the need to always be connected with others (relatedness). The negative impact caused by CWS and FoMO prevents someone from fully enjoying real-world togetherness, being indifferent to their surroundings, disrupting their sleep schedule, causing eating disorders, and feeling dissatisfied with what they already have. The community service activities were carried out using lectures and pre- and post-test health education questionnaires. The data obtained was univariate data that only showed an increase in knowledge. The results of the community service activities showed that the majority of respondents fell into the moderate category for FOMO (31 respondents, 62%) and the high category for CWS (24 respondents, 48%). Following the community service activities, it is hoped that there will be increased monitoring of adolescents, particularly regarding FOMO and CWS.

Keywords: *Personality Type, Celebrity Worship Syndrome (Cws), Fear Of Missing Out (Fomo).*

Pendahuluan

Hallyu atau Korean Wave adalah istilah yang merujuk pada fenomena kebudayaan Korea yang berasal dari Korea Selatan. Melalui fenomena ini, masyarakat dikenalkan pada berbagai aspek budaya Korea Selatan seperti musik, film, drama, fashion, dan tren terbaru. Salah satu yang paling populer di seluruh dunia saat ini adalah K-Pop atau Korean Pop (Alya et al., 2022).

Fenomena K-Pop telah merambah sebagai subkultur yang menyebar luas di banyak negara di seluruh dunia. Sekitar 59% dari populasi global menyukai K-Pop. Grup idola dan artis solo seperti contohnya grup BoA, Rain, DBSK, JYJ, Super Junior, B2ST, Girls' Generation, BIGBANG, Wonder Girls, 2NE1, 2PM, 2AM, Miss A, KARA, SHINee, f(x), After School, Brown Eyed Girls, Se7en, CNBLUE, F.T. Island, Secret, dan MBLAQ memiliki popularitas

yang luas di negara-negara Asia Timur dan Asia Tenggara, termasuk Jepang, Malaysia, Mongolia, Filipina, Indonesia, Thailand, Taiwan, Singapura, China, dan Vietnam. K-pop juga berhasil menarik penggemar dari seluruh dunia, membentuk budaya baru, menghadirkan nilai-nilai baru, dan menciptakan tren yang diikuti oleh banyak orang di berbagai negara (Santika & Bawono, 2022a).

Pertumbuhan pesat K-Pop di Indonesia dapat terlihat dari jumlah konser K-Pop yang diadakan di Jakarta, seperti contoh NCT Dream Tour "The Dream Show 2: Jakarta". Konser ini menjadi fenomena yang berdampak pada perekonomian Indonesia pada tahun 2022. Acara tersebut berhasil menarik lebih dari 10.000 penonton K-Pop di Indonesia dan total penjualan tiket mencapai 37.000 tiket (Wardana et al., 2023).

Di Indonesia popularitas K-pop terlihat di berbagai kota, termasuk di kota

Palembang. Menurut (Santika & Bawono, 2022), penggemar K-Pop di Palembang mencapai 0,55%, dibuktikan dengan adanya banyak komunitas yang aktif. Contohnya, pada tahun 2019, komunitas UKLI (United Kpop Lovers Indonesia) mengadakan acara di Palembang yang awalnya diperkirakan dihadiri oleh sekitar 1000 orang, namun akhirnya dihadiri oleh 3000 orang (Lestari et al., 2021).

The Fandom For Idols melakukan survei pada tahun 2019, menunjukkan bahwa di Indonesia penggemar K-pop kebanyakan berusia antara 15 hingga 35 tahun. Masa remaja hingga dewasa adalah periode perkembangan yang dinamis di mana individu cenderung lebih rentan terhadap tekanan dan perubahan emosi, sehingga mereka mencari pelarian dari situasi yang menekan yang mereka hadapi (Hutabarat et al., 2021). Sehingga memunculkan istilah – istilah dikalangan remaja berupa Celebrity Worship Syndrome (CWS) dan Fear Of Missing Out (FoMO) yang dapat memberikan dampak positif dan negatif.

Perilaku yang berlebihan tidak sesuai dengan ajaran Islam, sebagaimana yang disebutkan dalam Surat Al-A'raf ayat 31:

إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.” (Qs. Al-A'raf:31)

Secara prinsip dasarnya, pengaguman terhadap idola tidak menjadi masalah selama tetap dalam batas yang wajar. Namun, masalah muncul ketika seseorang terlibat secara mendalam dengan idola mereka. Hal ini mengundang pertanyaan tentang bagaimana seseorang memandang dan mempertanyakan hubungannya dengan idola yang mereka gemari (Exsha Vividia Rachmawati Lestari & Eni Nuraeni Nugrahawati, 2022).

Celebrity Worship Syndrome adalah gangguan obsesif-adiktif di mana seseorang terlalu terlibat dalam rincian kehidupan pribadi dan profesional seorang selebriti. Dampak dari perilaku ini termasuk perasaan personal yang intens terhadap idola mereka, yang dianggap sebagai representasi ideal dari pasangan, kadang-kadang mengakibatkan mereka memilih untuk tidak menjalin hubungan asmara karena sudah merasa memiliki ikatan dengan idola mereka (Munica, 2021).

Fear Of Missing Out (FOMO) dapat dijelaskan sebagai perasaan cemas atau takut ditinggalkan oleh orang lain. FOMO dapat digambarkan saat kita merasa

tertekan ketika melihat unggahan teman, artis, atau kerabat yang berisi foto-foto menakutkan di media sosial yang kita anggap memiliki kehidupan yang lebih baik, lebih sukses, lebih seru, dan lebih menarik daripada kita (McGinnis, 2020). Sederhananya, Fear of Missing Out (FOMO) dapat diartikan sebagai rasa takut akan kehilangan suatu momen (Akbar et al., 2019a).

Perubahan-perubahan pesat yang terjadi selama masa puber menimbulkan keraguan, perasaan tidak mampu dan tidak aman dan sering terjadi kasus yang mengakibatkan perilaku yang kurang baik (Al-Karimah, 2018). Salah satunya yaitu bentuk pengidolaan yang berlebihan, keterlibatan individu dengan idolanya dapat berdampak negatif pada kehidupan mereka. Contohnya, munculnya perasaan ingin memiliki idolanya dan klaim bahwa idolanya adalah milik mereka, yang sering disebut sebagai istilah "bias is mine" yang dapat menimbulkan Celebrity Worship Syndrome (CWS) dan Fear Of Missing Out (FoMO) (Exsha Vividia Rachmawati Lestari & Eni Nuraeni Nugrahawati, 2022).

Masa remaja adalah masa transisi dalam kehidupan dimana pada fase ini individu mengalami perubahan dari anak-anak menuju dewasa yang biasa juga

disebut dengan masa remaja. Masa remaja ditandai dengan masa pubertas, yaitu seorang anak perempuan yang mengalami konsepsi yakni menarce / haid pertama. Serta terjadinya perkembangan seks sekunder, yang berlangsung antara 2 sampai 3 tahun disebut dengan masa pubertas. Menurut Mappiare (1982) masa ini berlangsung antara umum 12 tahun sampai 21 tahun untuk wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria. Masa remaja juga merupakan masa pertumbuhan dan perkembangan fisik, intelektual yang cepat, keingintahuan yang besar, keinginan untuk petualangan dan tantangan, dan kecenderungan untuk menanggung resiko atas tindakan mereka tanpa pertimbangan yang matang adalah ciri khas remaja (Ratih et al., 2020).

Menurut (Adriani & Nurmaulidiya, 2023) Tipe kepribadian remaja dapat memengaruhi CWS dan FoMO dengan adanya hubungan antara tipe kepribadian dan tingkat pemujaan terhadap selebriti juga ditunjukkan dari beberapa penelitian lainnya. Penelitian lain menyebutkan bahwa ada perbedaan antara celebrity worship pada penggemar K-Pop dengan tipe kepribadian introvert dengan celebrity worship pada penggemar K-Pop dengan

tipe kepribadian ekstrovert (Hariyadi & Kemalasari, 2022).

CWS dan FoMO dapat membentuk tipe kepribadian seseorang. Banyak penggemar melihat idola dan komunitas penggemarnya sebagai sumber inspirasi, dukungan, dan hiburan dalam kehidupan mereka sehari-hari. Namun, jika pengaguman terhadap selebriti menjadi terlalu berlebihan, hal ini dapat berdampak negatif bagi individu. Popularitas CWS dan FoMO terus meningkat sampai pada khalayak yang lebih luas diranah profesional. Pada saat yang bersamaan, terjadilah pertumbuhan media sosial dan pemasaran digital yang turut andil dalam memperkenalkan CWS dan FoMO (Akbar et al., 2019b). Remaja menunjukkan kasih sayang kepada idola mereka, penggemar K-pop sering kali dikritik karena mereka yang over reaction dan dianggap terlalu ekstrem, sehingga tak jarang sering disebut sebagai sikap yang obsesif, posesif, dan bahkan kadang-kadang dianggap delusional yang disebut dengan Celebrity Worship Syndrome (CWS). Namun, jika pengaguman terhadap selebriti menjadi terlalu berlebihan, hal ini dapat berdampak negatif bagi individu (Ayu & Astiti, 2020).

FoMO juga dapat mengakibatkan dampak berbahaya karena individu dengan

FoMO akan berperilaku tidak logis dan impulsif untuk mengatasi FoMO. Misalnya individu akan terobsesi untuk terus memantau media sosial bahkan saat berkendara sekalipun, merasa risau jika tidak up-to-date dengan berita terbaru, bermasalah dengan identitas diri, harga diri rendah, merasa cemburu dan dengki dengan orang lain serta merasa tersisihkan. Konsekuensi negatif dari FoMO individu akan mengembangkan perasaan atau emosi negatif di situs media sosial karena merasa iri dengan posting-an dan kehidupan orang lain. Media sosial telah menjadi pusat dan tempat yang mudah diakses bagi orang-orang yang sering update untuk mengetahui apa yang sedang dilakukan orang lain. Individu yang mengalami FoMO lebih cenderung menggunakan situs media sosial karena merasa perlu untuk selalu terhubung (Akbar et al., 2019).

Adanya hubungan antara tipe kepribadian baik introverta maupun ekstrovert dalam tingkat pemujaan terhadap selebriti juga ditunjukkan dari beberapa penelitian lainnya. Menurut (Adriani & Nurmaulidiya, 2023) Tipe kepribadian dapat memengaruhi celebrity worship pada individu. Penelitian lain menyebutkan bahwa ada perbedaan antara celebrity worship pada penggemar K-Pop

dengan tipe kepribadian introvert dengan celebrity worship pada penggemar K-Pop dengan tipe kepribadian ekstrovert (Hariyadi & Kemalasari, 2022).

Fenomena FOMO dapat ditemukan dalam laporan sosial yang menunjukkan bahwa 56% orang dewasa yang menggunakan media sosial dan 69% generasi milenial di Amerika Serikat mengalami FOMO. Di Kanada, 60% generasi milenial melaporkan memiliki pengalaman melakukan pembelian reaktif setelah merasakan FOMO (Kim et al., 2020). Di Indonesia sekitar 64,6% remaja mengalami FOMO di media sosial (Kleoti., 2021). Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari di era digital saat ini. Pada tahun 2024, jumlah pengguna aktif media sosial mencapai 4,9 miliar orang, yang setara dengan 61,8% dari populasi dunia. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia akan mencapai 221.563.479 jiwa pada tahun 2024, dari jumlah penduduk Indonesia sebesar 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Berdasarkan hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang dipublikasikan oleh APJII, tingkat penetrasi internet Indonesia meningkat sebesar 79,5%. Dibandingkan musim

sebelumnya, peningkatannya sebesar 1,4% (Prasetyo et al., 2024). Asia memiliki jumlah pengguna terbanyak dengan 2,3 miliar pengguna, diikuti oleh Eropa dengan 670 juta, Amerika Utara dengan 380 juta, Amerika Latin dengan 470 juta, Afrika dengan 320 juta, dan Oseania dengan 50 juta pengguna. Rata-rata global waktu yang dihabiskan di media sosial per hari adalah 2 jam 31 menit, dengan variasi berdasarkan wilayah (Siburian, 2024).

Dampak negatif yang ditimbulkan dari FOMO dan celebrity worship dapat timbul berupa berperilaku tidak logis dan impulsif, individu akan terobsesi untuk terus memantau media sosial bahkan saat berkendara sekalipun, merasa risau jika tidak up-to-date dengan berita terbaru, bermasalah dengan identitas diri, harga diri rendah, merasa cemburu dan dengki dengan orang lain serta merasa tersisihkan. Selain itu juga muncul perasaan ingin memiliki idolanya dan klaim bahwa idolanya adalah milik mereka.

Metode Pelaksanaan

Salah satu faktor yang mempengaruhi Celebrity Worship Syndrome (CWS) dan Fear Of Missing Out (FoMO) pada individu adalah kepribadian. Banyak penggemar melihat idola dan komunitas penggemarnya

sebagai sumber inspirasi, dukungan, dan hiburan dalam kehidupan mereka sehari-hari. Namun, jika pengaguman terhadap selebriti menjadi terlalu berlebihan, hal ini dapat berdampak negatif bagi individu. Hasil wawancara Bonita, Anggraini & Mardiyah (2018) pada tanggal 23 September dengan enam orang subjek penelitian di Palembang menunjukkan bahwa mereka rela melakukan apa saja untuk mendukung idolanya, seperti yang terjadi pada fans Palembang. Mereka rela untuk membeli barang koleksi tentang penyanyi mereka seperti album, boneka yang serupa dengan penyanyi mereka, baju yang mirip dengan style penyanyi mereka atau datang ke konser untuk bertemu dengan idolanya.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilaksanakan 01-03 November 2024 dengan tujuan untuk memberikan edukasi kaitan antara tipe kepribadian dengan Celebrity Worship Syndrome (CWS) dan Fear Of Missing Out (FoMO) yang ada di kalangan remaja, sehingga bisa ditanggulangi atau mencari solusi dampak negatif yang mungkin ditimbulkan melalui tahapan – tahapan yaitu tahapan persiapan dengan melakukan koordinasi dengan kepala sekolah SMA Muhammadiyah 03 Palembang dan mempersiapkan segala

sesuatu yang dibutuhkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Mempersiapkan kuesioner tipe kepribadian dengan Celebrity Worship Syndrome (CWS) dan kuesioner Fear of Missing Out (FoMO).

Kuesioner FOMO adalah cara yang digunakan untuk mengetahui tingkat FOMO seseorang. Skala FOMO yang digunakan adalah McGinnis, (2020) dan terdiri dari 10 item pernyataan positif. Kuesioner ini dinilai menggunakan skala Likert dan memiliki 5 kemungkinan tanggapan. Jadi tidak semua dari saya, sedikit dari saya, setengah dari saya, sebagian besar dari saya, semua dari saya.

Kuesioner Celebrity Worship Syndrome berupa kuesioner mengadaptasi skala Celebrity Attitude Scale (CAS) berdasarkan aspek dari McCutcheon (2003). Pernyataan yang mendukung aspek-aspek dalam variabel disebut pernyataan yang bersifat favorable, sedangkan pernyataan yang tidak mendukung aspek tersebut disebut pernyataan yang bersifat unfavorable (Azwar, 2016). Skala yang diterapkan dalam instrumen ini adalah skala Likert dengan lima pilihan jawaban, yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju).

Bobot jawaban berdasarkan jenis item ada 2 yaitu favorable dan unfavorable.

Kuesioner tipe kepribadian Jung Type Indicator (JTI) ditentukan berdasarkan hasil pengembangan yang dilakukan oleh Utami (2017). Terdapat 28 item pernyataan yang terdiri dari 14 pernyataan introvert dan 14 pernyataan ekstrovert. Penilaian didasarkan pada pengukuran skala Guttman (ya atau tidak).

Tahapan pelaksanaan kegiatan dengan 50 responden dalam kegiatan pengabdian masyarakat di SMA Muhammadiyah 03 Palembang dan dengan metode ceramah. Setelah dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat, dilakukan pengumpulan data, data yang didapat kemudian dilakukan analisa univariat untuk melihat gambaran tipe kepribadian, Celebrity Worship Syndrome (CWS) dan Fear of Missing Out (FoMO) yang disajikan dalam bentuk tabel.

Hasil dan Pembahasan

Pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan FOMO (Fear of Missing Out) dan Celebrity Worship Syndrome (CWS) berdasarkan tipe kepribadian di SMA Muhammadiyah 3 Kota Palembang dilaksanakan di lingkungan sekolah yang

dikenal akan keberagaman responden dan suasana akademik yang mendukung. Sekolah ini terletak di pusat kota, memudahkan akses bagi responden dari berbagai daerah. Dengan fasilitas yang lengkap seperti ruang kelas yang nyaman, laboratorium, dan area rekreasi, SMA Muhammadiyah 3 menyediakan lingkungan yang kondusif untuk belajar dan berkembang. Dalam konteks kegiatan pengabdian masyarakat ini, responden dari berbagai angkatan akan dilibatkan untuk mengidentifikasi hubungan antara tingkat FOMO dan CWS berdasarkan tipe kepribadian mereka, dengan harapan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana faktor-faktor ini memengaruhi interaksi sosial dan akademik di kalangan responden. Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan 50 responden.

Tabel 1. Jumlah Responden di SMA Muhammadiyah 3 Palembang (N=50)

No	Jumlah	N	Persentase (%)
1	Kelas X	11	22
2	Kelas XII	20	40
3	Kelas XIII	19	38
Jumlah		50	100

Berdasarkan tabel 1 dari total 50 responden didapatkan sebanyak 20 responden (40%) berada di kelas XII, sebanyak 19 responden (38%) berada di

kelas XIII dan sebanyak 11 responden (22%) berada di kelas X.

Tabel 2. Rerata Usia Responden di SMA Muhammadiyah 3 Palembang (N=50)

Ket	Mean	Median	Min	Max	SD
Usia	16.8	17	14	18	1.14

Berdasarkan tabel 2 dari total 50 responden didapatkan Mean (rerata) usia responden 16,8 tahun, Median usia responden 17 tahun dengan nilai minimum 14 tahun dan maksimum 18 tahun.

Tabel 3. Tipe Kepribadian Responden di SMA Muhammadiyah 3 Palembang (N=50)

Tipe Kepribadian	Jumlah Responden	Persentase %
Ekstrovert	34	68
Introvert	16	32
Jumlah	50	100

Berdasarkan tabel 3 dari total 50 responden didapatkan sebagian besar responden dengan tipe kepribadian ekstrovert sebanyak 34 responden (68%) dan tipe kepribadian introvert sebanyak 16 responden (32%).

Tabel 4. FOMO Responden di SMA Muhammadiyah 3 Palembang (N=50)

Kategori	Jumlah Responden	Persentase %
Rendah	8	16
Sedang	31	62
Tinggi	11	22
Jumlah	50	100

Berdasarkan tabel 4 dari total 50 responden didapatkan sebagian besar responden dengan kategori FOMO sedang sebanyak 31 responden (62%), responden dengan kategori FOMO tinggi sebanyak 11 responden (22%) dan responden dengan FOMO rendah sebanyak 8 responden (16%).

Tabel 5. CWS Responden di SMA Muhammadiyah 3 Palembang (N=50)

Kategorisasi	Frekuensi	Presentase %
Rendah	6	12.0
Sedang	20	40.0
Tinggi	24	48.0
Total	50	100.0

Berdasarkan tabel 5 dari total 50 responden didapatkan sebagian besar responden dengan kategori CWS tinggi sebanyak 24 responden (48%), responden dengan kategori CWS sedang sebanyak 20 responden (40%) dan responden dengan CWS rendah sebanyak 6 responden (12%).

Gambar 1. Edukasi Tipe Keprobadian



Penggemar dengan tipe ekstrovert yang dominan cenderung aktif dalam kegiatan fansclub, suka berkumpul dengan sesama penggemar JKT48, senang bergaul, bersemangat saat menceritakan JKT48, dan mudah akrab dengan penggemar lain yang baru dikenalnya. Terkait dengan celebrity worship, trait ini memiliki hubungan dengan kategori entertainment social, dengan nilai χ^2 hitung sebesar 7,296, yang menunjukkan bahwa tipe ekstrovert memiliki hubungan yang signifikan dengan celebrity worship pada kategori tersebut. Sementara itu, pada kategori Intense Personal, diperoleh nilai χ^2 hitung sebesar 5,019, yang lebih besar dari nilai χ^2 tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang berarti ada hubungan antara tipe ekstrovert dengan celebrity worship pada kategori intense personal.

Kegiatan pengidolaan yang intens ini mengganggu keseharian individu, membuat mereka menarik diri dari lingkungan, kesulitan untuk menjalin hubungan romantis, dan menjadikan idolanya sebagai tempat pelarian dari kehidupannya nyata. Penelitian tersebut sejalan dengan yang dikemukakan oleh McCutcheon, Lange & Houran (2002),

bahwa individu akan menjadi terlalu asik dengan dunianya sendiri.

Faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi tingkat FOMO pada remaja, seperti penggunaan media sosial, kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain, dan tingkat kepuasan diri. Sebuah studi yang dilakukan oleh Przybylski et al. (2020) menemukan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan tingkat FOMO pada individu, terutama jika mereka sering membandingkan diri dengan orang lain yang terlihat lebih sukses atau bahagia. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara tipe kepribadian dan tingkat FOMO.

Pada dasarnya FOMO merupakan suatu kebutuhan individu untuk selalu terhubung dengan aktivitas sosial orang lain. Perilaku tersebut tentu didahului oleh motivasi atau dorongan tertentu sehingga dapat muncul sebagai tindakan. Salah satu teori yang dapat menjelaskan motivasi pada individu ialah Self Determination Theory (SDT). Kesehatan psikologis didasarkan atas tiga kebutuhan psikologis dasar yakni kompetensi, otonomi, dan keterhubungan dan FOMO dapat dipahami

sebagai akibat kurangnya pemuasan ketiga kebutuhan dasar tersebut (Song dkk, 2017). FOMO dapat dipahami sebagai krisis dalam meregulasi diri sebagai akibat dari tidak terpenuhinya ketiga kebutuhan dasar tersebut (Przybylski dkk, 2013).

Teori tersebut sejalan dengan penelitian dari Istiyana Dewi, (2020) terdapat 14 responden (100,0%) yang memiliki tingkat pemenuhan dasar tergolong kurang dan mengalami FOMO dengan kategori tinggi. Remaja yang memiliki nilai kepuasan hidup rendah berarti remaja tersebut memiliki tingkat kebutuhan dasar yang tinggi. Ini menjadi salah satu faktor penyebab terjadinya kesulitan dalam mengatasi tugas serta tantangan perkembangan. Jika remaja dapat memenuhi kebutuhan dasarnya, maka kepuasan hidup akan meningkat dan remaja tidak akan mengalami kesulitan dalam perkembangannya.

Kepribadian individu berhubungan dengan celebrity worship (CW). Hal ini berarti bahwa seseorang yang termasuk dalam kategori celebrity worshipper cenderung memiliki tipe kepribadian ekstrovert. Sebaliknya, individu dengan tipe kepribadian ekstrovert, jika didorong oleh faktor-faktor pendukung lainnya, berpotensi untuk menjadi seorang celebrity

worshipper terhadap selebriti yang mereka kagumi (Adriani & Nurmaulidiya, 2023).

Dalam teori, sejumlah trait kepribadian memiliki definisi yang beririsan atau paralel dengan ketiga aspek dari celebrity worship (CW). Maltby et al. (2003) mengungkapkan bahwa ketiga aspek CW memiliki definisi yang paralel dengan tiga trait dari teori kepribadian Eysenck, di mana aspek entertainment-social mencerminkan trait kepribadian dari dimensi ekstrovert, termasuk ekstraversi (mudah bergaul, bersemangat, aktif, berani); intense-personal mencerminkan trait neurotisisme (tekanan, emosional, moody); dan borderline-pathological mencerminkan trait dimensi psikoticisme (impulsif, antisosial, dan egosentris).

Menurut Ambarita (2017), individu dengan tipe kepribadian ekstrovert digambarkan sebagai pribadi yang memiliki orientasi kepada orang lain, sehingga mereka cenderung suka bersosialisasi. Hal ini mendukung penjelasan pada aspek entertainment-social, di mana dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa tipe kepribadian ekstrovert berada pada kategori sedang cenderung ke arah tinggi.

Individu dengan tipe kepribadian ekstrovert lebih berani mengambil risiko

(risk-taking) dibandingkan dengan individu tipe introvert. Selain itu, risiko yang diambil juga mencakup risiko finansial yang tinggi, yang harus disiapkan oleh penggemar K-Pop, mengingat pernakan idola Korea yang cenderung mahal. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jee (2020) menemukan bahwa celebrity worship memiliki pengaruh pada perilaku risk-taking. Semakin tinggi skor individu pada kategori intense-personal feeling, semakin tinggi pula skor pada financial risk-taking.

Perilaku celebrity worship yang cenderung memiliki impulsivitas tinggi lebih mencerminkan kepribadian ekstrovert yang bersifat impulsif, kurang berhati-hati dalam mengambil keputusan, dan terburu-buru. Pernyataan ini didukung oleh penelitian Khalil (2016), yang menyebutkan bahwa individu dengan tipe kepribadian introvert memiliki kemampuan pengambilan keputusan yang lebih baik dibandingkan dengan individu bertipe ekstrovert. Penggemar K-Pop dengan tipe kepribadian ekstrovert juga cenderung kurang memiliki tanggung jawab sosial. Dalam hal ini, tanggung jawab berkaitan dengan kepatuhan individu, rasa hormat terhadap orang lain, dan ketaatan terhadap aturan (Rahayu dkk.,

2018). Penelitian Hartono dkk. (2019) juga mendukung temuan ini, yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan tanggung jawab antara individu bertipe kepribadian introvert dan ekstrovert.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan yang didapat berupa hasil analisa univariat berupa distribusi frekuensi dari masing – masing kegiatan pengabdian masyarakat yaitu distribusi frekuensi dari total 50 peserta kegiatan pengabdian masyarakat yaitu FOMO dengan kategori tinggi 11 responden (16%), kategori sedang 31 responden (62%) dan kategori rendah 8 responden (16%). Distribusi frekuensi dari total 50 peserta kegiatan pengabdian masyarakat yaitu CWS dengan kategori tinggi 24 responden (48%), kategori sedang 20 responden (40%) dan kategori rendah 6 responden (12%). Distribusi frekuensi dari total 50 peserta kegiatan pengabdian masyarakat yaitu kepribadian ekstrovert 34 responden (68%) dan kepribadian introvert 16 responden (32%).

Saran bagi peserta kegiatan pengabdian masyarakat diharapkan lebih bijak dalam penggunaan media sosial serta tidak membandingkan diri sendiri dengan orang lain. Terkait FOMO dan CWS akan prestasi, responden diharapkan

bersemangat dan selalu memiliki persepsi positif sehingga saat melihat pencapaian luar biasa milik orang lain, responden akan termotivasi untuk menunjukkan sisi positif dan terbaik dari hidupnya.

Daftar Pustaka

- Adriani, F., & Nurmaulidiya, I. A. (2023). Literature Review Hubungan Celebrity Worship dengan Karakteristik Individu: Kepribadian, Usia, dan Gender. *BRPKM (Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental)*, 10, 18.
- Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019a). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMo) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 7(2), 38. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2404>
- Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019b). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMo) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 7(2), 38. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2404>
- Al-Karimah, N. F. (2018). Sosialisasi Makna “ Masa Puber ” bagi Remaja Desa Tegalrejo , Kalurahan Ngesrep , Kecamatan Ngemplak ,. 01(01), 7–13.
- Alya, S., Sitasari, N. W., & Safitri. (2022). 1. *JCA Psikologi*, 3(1), 1–11.
- Ayu, N. W. R. S., & Astiti, D. P. (2020). 14. *Psikobuletin:Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 203. <https://doi.org/10.24014/pib.v1i3.9858>
- Exsha Vividia Rachmawati Lestari, & Eni Nuraeni Nugrahawati. (2022a). 5. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.778>
- Exsha Vividia Rachmawati Lestari, & Eni Nuraeni Nugrahawati. (2022b). Pengaruh Religiusitas terhadap Celebrity Worship pada Dewasa Awal Penggemar K-Pop Fandom NCTzen Exsha. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.778>
- Hariyadi, S., & Kemalasari, M. L. (2022). Celebrity Worship Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Introvert dan Ekstrovert Pada Penggemar K-Pop. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 11(1), 61–69. <https://doi.org/10.15294/sip.v11i1.61554>
- Hutabarat, Y. S. A., Widyorini, E., & Rahayu, E. (2021). 2. *Jurnal Ilmiah*, 14(1), 62–73.
- Kim, J., Lee, Y., & Kim, M. L. (2020). Investigating “Fear of Missing Out” (FOMO) as an extrinsic motive affecting sport event consumer’s behavioral intention and FOMO-driven consumption’s influence on intrinsic rewards, extrinsic rewards, and consumer satisfaction. *PLoS ONE*, 15(12 December), 1–19.

- <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0243744>
- Lestari, I., Zaharuddin, Z., & Afifah, S. (2021). Celebrity Worship pada Dewasa Awal Penggemar K-Pop di Palembang. *Indonesian Journal of Behavioral Studies*, 1(1), 29–41. <https://doi.org/10.19109/ijobs.v1i1.9254>
- Munica, R. (2021). Gambaran Celebrity Worship Terhadap Idola-Kpop pada Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 4(1), 90–98. <https://doi.org/10.38035/rrj.v4i1.439>
- Prasetyo, S. M., Gustiawan, R., Albani, F. R., Komputer, I., Informatika, T., Pamulang, U., & Selatan, T. (2024). Pertumbuhan Tingkat Penetrasi Indonesia. 2(1), 65–71.
- Ratih, R. H., Herlina, S., & Yushmani, Y. (2020). Hubungan Pengetahuan Ibu Tentang Kesehatan Reproduksi Remaja Dengan Upaya Mempersiapkan Masa Pubertas Pada Anak Di Sd Negeri 20 Pekanbaru. *JOMIS (Journal of Midwifery Science)*, 4(2), 12–17. <https://doi.org/10.36341/jomis.v4i2.1320>
- Santika, W., & Bawono, Y. (2022a). Ketidakpuasan bentuk tubuh pada remaja perempuan penggemar K-Pop. *Gulawentah: Jurnal Studi Sosial*, 7(1), 46–55. <https://doi.org/10.25273/gulawentah.v7i1.12125>
- Santika, W., & Bawono, Y. (2022b). Ketidakpuasan bentuk tubuh pada remaja perempuan penggemar K-Pop. *Gulawentah: Jurnal Studi Sosial*, 7(1), 46–55. <https://doi.org/10.25273/gulawentah.v7i1.12125>
- Siburian, L. (2024). MEDIA SOSIAL BAGI KEHIDUPAN DAN SISI GELAPNYA. 2(7), 682–691.
- Wardana, G., Salsabilla, I., & Simanjorang, F. (2023). Jejak Ekonomi Konser K-Pop (Nct Dream Tour “the Dream Show 2: Jakarta”) Dalam Menghasilkan Pendapatan Nasional. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 2(3).