

## **HUBUNGAN CELEBRITY WORSHIP DAN KEINTIMAN DENGAN PASANGAN PADA ANGGOTA BOLLYWOOD MANIA CLUB INDONESIA YANG SUDAH MENIKAH DI JAKARTA**

Agnis Avrilia Rachma, Novendawati Wahyu Sitasari, Safitri M,  
Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul  
Jln. Arjuna Utara Tol Tomang Kebon Jeruk  
agnisavriliarachma@gmail.com

### **ABSTRAK**

Anggota BMCI aktif yang mengikuti kegiatan di BMCI terdapat yang berstatus belum menikah dan berstatus sudah menikah. Namun dalam BMCI terdapat anggota aktif yang memiliki keintiman yang rendah dengan pasangannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat hubungan *celebrity worship* dan keintiman dengan pasangannya. Penelitian ini bersifat kuantitatif menggunakan korelasional non-ekperimental dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Jumlah sampel penelitian ialah sebanyak 75 anggota BMCI yang sudah menikah. Skala *celebrity Worship* disusun berdasarkan teori Maltby yang berjumlah 28 item valid dengan korelasi reliabilitas ( $\alpha$ ) 0,909. Sedangkan untuk skala keintiman oleh Amelia (2016) mengacu pada teori Masters dengan berjumlah 43 item valid dengan koefisien reliabilitas ( $\alpha$ ) 0,936. Hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi -0,502 dengan ( $p$ ). 0,000 yang artinya hipotesis diterima yaitu terdapat hubungan *celebrity worship* dan keintiman dengan pasangan pada anggota *Bollywood mania Club Indonesia* yang sudah menikah. Nilai ( $r^2$ ) yang didapat 25,2 %, menunjukkan bahwa *celebrity worship* berkontribusi mempengaruhi keintiman sebesar 25,2 %. Sedangkan sisanya 74,8 % dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor yang memiliki hubungan signifikan dengan keintiman hanya faktor berapa kali bertengkar dengan pasangan. faktor yang tidak ada hubungan yakni usia, jenis kelamin, pendidikan, dan lama menikah.

**Kata Kunci :** *Celebrity Worship*, Keintiman, Anggota BMCI yang sudah menikah

### **ABSTRACT**

*There were married and unmarried active BMCI members who participated in BMCI activities. But in BMCI, there were active members who had low intimacy with their partners. This purpose of this study was to look at the relationship celebrity worship and intimacy with a partner. This research used a quantitative research, non experimental correlational with purposive sampling technique. The number of research samples is 75 BMCI married members. The measuring tool used is the adaptation of celebrity Worship scale by Maltby (2006) with 28 valid items and reliability ( $\alpha$ ) 0.909. The intimacy scale by Amelia (2016) was using Masters (1992) theory with 43 valid items and the reliability ( $\alpha$ ) 0.936. The results showed results -0.502 with ( $p$ ). 0.000 which mean the accepted hypothesis of the relationship celebrity worship and intimacy with a partner in Bollywood mania club Indonesia married members Jakarta. For ( $r^2$ ) score, it got 25,2% which showed that celebrity worship contributed 25,2 % to influence intimacy. While the remaining 74,8% influenced by other factors. How many times they have fought with their partners was the only factor which influenced intimacy. Other factors which didnt influenced intimacy were age, sex, education, and for how long they've been married.*

**Kata Kunci :** *Celebrity Worship*, Intimacy, BMCI Married Members

### **Pendahuluan**

*Bollywood* merupakan industri perfilman terbesar di India. *Bollywood* berasal dari nama salah satu kota di India yaitu “Bombay” dan *Hollywood* (medan.tribunnews.com, 2017). *Bollywood* setiap tahunnya menghasilkan 1000 film yang menampilkan ciri khas dari

film-filmnya dengan memadukan musik, romansa dan aksi. Peningkatan jumlah film-film *Bollywood* yang diputar di Indonesia diikuti dengan bertambahnya para pecinta *Bollywood* di Tanah Air yang tidak hanya berpusat di kota-kota besar saja (Saputra, 2014). *Bollywood* kembali menarik perhatian

masyarakat karena alur cerita yang semakin menarik, tarian serta selebriti (Redaksi aktual, 2015).

Penggemar film *Bollywood* di Indonesia membentuk beberapa perkumpulan, seperti KBI, KFBI, ACBFCI dan BMCI. Diantara perkumpulan tersebut, *Bollywood Mania Club Indonesia* (BMCI) merupakan perkumpulan terbesar di nusantara. Berdasarkan hasil wawancara dengan koordinator BMCI di Jakarta menyatakan bahwa anggotanya berada dalam rentang usia 17-40 tahun. Di Jakarta sendiri anggotanya berjumlah sekitar 6500 orang dan terdapat 300 anggota berstatus sudah menikah yang aktif mengikuti kegiatan di BMCI. Sedangkan anggota lainnya yang tergabung dalam BMCI, hanya aktif dalam dunia maya untuk mengikuti perkembangan film *Bollywood* (wawancara pribadi, 2017). Peneliti hanya menggunakan wilayah Jakarta, karena wilayah Jakarta lebih banyak anggota yang aktif mengikuti kegiatan dibandingkan dengan jumlah anggota yang aktif di wilayah lainnya.

Pada BMCI terdapat anggota yang berstatus sudah menikah yang aktif mengikuti kegiatan namun keaktifannya membuat keintimannya menurun karena tidak mendapatkan persetujuan dari pasangannya. Hal itu ditunjukkan individu tersebut lebih mementingkan dirinya sendiri, ketidakpedulian dengan pasangannya, kurang adanya kejujuran sehingga membuat terjadinya konflik antara anggota tersebut dengan pasangannya. Namun terdapat pula anggota yang sudah menikah aktif dalam mengikuti kegiatan di BMCI yang mendapatkan persetujuan dari pasangannya. Hal itu ditunjukkan individu tersebut dapat menjaga kesejahteraan pasangannya dan tetap memiliki kepedulian terhadap pasangannya.

Dalam BMCI anggota yang sudah menikah, juga aktif mengikuti kegiatan yang diadakan di BMCI seperti: nonton bareng, merayakan ulang tahun selebriti *Bollywood* yang diidolakan, *gathering*, hingga bhakti sosial. Namun, terdapat anggota yang sudah menikah terbatas waktunya dalam mengikuti kegiatan yang diadakan di BMCI secara keseluruhan. Anggota yang sudah menikah yang terbatas waktunya maupun anggota yang dapat meluangkan waktunya mengikuti

kegiatan di BMCI diduga berkaitan dengan bagaimana intensitas dengan pasangannya.

Pernikahan idealnya dituntut untuk adanya kemampuan dalam berbagi cinta dan komitmen dengan pasangannya (Papalia, dkk, 2008). Pasangan yang sudah menikah idealnya lebih mengutamakan menjalin relasi dengan pasangannya, menciptakan keharmonisan dalam hubungannya, mementingkan kesejahteraan maupun kebahagiaan pasangannya.

Menurut Masters, Johnson, & Kolodny (1992) keintiman merupakan proses dan pengalaman yang dilakukan oleh dua orang yang sudah saling memahami satu sama lain. Selain itu, keintiman dikatakan sebagai tipe dan cara yang dilakukan pasangan dalam berbagi kedekatan, antara lain meliputi perasaan, keterbukaan, menunjukkan kasih sayang, berbagi ide, saling berbagi mengenai hobi ataupun aktivitas satu sama lain.

Pada anggota BMCI anggota sudah menikah yang memiliki keintiman yang tinggi dengan pasangannya ditandai dengan memiliki kenyamanan untuk berbagi perasaan, memiliki kepekaan, saling terbuka dan melakukan hobi atau kesukaannya bersama-sama. Baron dan Bryne (2002) menyatakan individu yang memiliki kualitas keintiman yang tinggi, akan memperdulikan kesejahteraan dan kebahagiaan satu sama lain.

Sedangkan terdapat anggota BMCI yang aktif mengikuti kegiatan namun membuat keintiman dengan pasangannya menurun yang ditandai dengan takut berbagi dan terbuka kepada pasangannya, ketidakpedulian dengan pasangannya, lebih memilih mementingkan dirinya sendiri, kurang adanya kepercayaan dari pasangan, dan ketidakjujuran subjek untuk menghindari dari konflik dengan pasangannya.

Berkurangnya hubungan yang memuaskan dengan pasangan disebabkan oleh intensitas waktu yang sedikit pada pasangan tersebut untuk mempertahankan keintimannya. Salah satu hal yang mempengaruhi ialah melakukan aktivitas yang lebih mementingkan selebriti idolanya daripada pasangan (McCutcheon et al, 2016). Berkurangnya waktu untuk mempertahankan keintiman bagi anggota BMCI yang sudah menikah, diduga disebabkan oleh waktu yang terlalu banyak diluangkan untuk menggemari selebriti

idolanya seperti melakukan aktivitas-aktivitas yang berlebihan yang mengatasnamakan selebriti idola. Hal ini dalam psikologi dikenal dengan *celebrity worship syndrom (CWS)*.

*Celebrity Worship Syndrome* merupakan bentuk hubungan satu arah yang terjadi pada seseorang dan tokoh idolanya dimana seseorang menjadi terobsesi terhadap *celebrity* (McCutcheon, Ashe, Houran, & Maltby, 2003). *Celebrity worship* dikategorikan dalam 3 tingkatan, yaitu *entertainment sosial*, *intense personal*, dan *borderline pathological*. Pada tingkat *Entertainment-sosial*, individu ingin mencari informasi mengenai idolanya untuk konsumtif hiburan sosial. Tingkat *intense personal*, individu memiliki keyakinan kuat bahwa ia dapat memiliki hubungan khusus dengan idolanya. Pada tingkat *borderline-pathologic*, individu biasanya memiliki fantasi berlebihan dan terlibat dalam perilaku yang tidak rasional maupun ilegal atas nama selebriti idolanya (Maltby et al., 2011).

Anggota yang memiliki *celebrity worship* rendah, cenderung hanya mencari informasi, menonton film maupun mendengarkan lagu terbaru idolanya, intensitas dalam mengikuti kegiatan tidak rutin, tidak memiliki keinginan untuk bertemu dengan selebriti idola maupun berkeyakinan menjalin hubungan spesial dengan selebriti idola, dan tidak memiliki afeksi yang berlebihan terhadap selebriti idola. Sedangkan anggota yang memiliki *celebrity worship* tinggi, ia cenderung memiliki afeksi yang berlebihan terhadap selebriti idola, aktif melakukan *stalking* pada selebriti idola melalui media sosial maupun aktif melakukan seluruh kegiatan yang diadakan di BMCI baik *nobar* maupun *gathering* secara rutin.

Ketika anggota BMCI yang sudah menikah berada pada *celebrity worship* rendah. Hanya mencari informasi, lagu, maupun film idola, tidak memiliki afeksi yang berlebihan pada idola, intensitas dalam mengikuti kegiatan tidak rutin. Implikasi perilakunya yaitu memiliki kepedulian dengan pasangannya, memikirkan kesejahteraan pasangannya, mengutamakan kebahagiaan pasangannya maupun dapat berempati dengan pasangannya maka anggota BMCI yang sudah menikah tersebut dapat dikatakan memiliki keintiman yang tinggi dengan pasangannya.

Sedangkan anggota BMCI yang sudah menikah yang berada pada *celebrity worship* tinggi akan mencerminkan perasaan kompulsif dan cenderung memiliki afeksi yang berlebihan terhadap selebriti idola, aktif melakukan *stalking* dan rutin mengikuti kegiatan di BMCI. Implikasi perilakunya yaitu hanya mementingkan kesenangan diri sendiri, kurang memperdulikan pasangannya, komunikasi kurang intens dengan pasangan dan ketidakjujuran dengan pasangan maka anggota tersebut dikatakan ia memiliki keintiman yang rendah dengan pasangannya.

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan *celebrity worship* dan keintiman dengan pasangan pada anggota BMCI yang sudah menikah di Jakarta. Hipotesis penelitian ini yakni terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *celebrity worship* dan keintiman dengan pasangan pada anggota BMCI yang sudah menikah di Jakarta.

### **Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat non eksperimental. Penelitian ini merupakan penelitian korelasional, sesuai dengan tujuan dari penelitian untuk menemukan dan mengembangkan hubungan antara dua variabel, yaitu antara variabel *celebrity worship* dan variabel keintiman dengan pasangan pada anggota BMCI yang sudah menikah.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner yang merupakan suatu bentuk instrumen pengumpulan data yang fleksibel dan relatif mudah untuk digunakan serta dikategorikan sebagai data faktual (Azwar, 2015). Kuisioner yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari alat ukur *Celebrity Attitude Scale (CAS)* dan keintiman. Kedua alat ukur tersebut menggunakan skala mirip model Likert.

Cara skoring alat ukur CAS dan keintiman dilakukan dengan menjumlahkan nilai-nilai yang telah didapatkan dari respon yang diberikan subjek. Nilai pada tanggapan atas pernyataan favorabel berlawanan dengan pemberian nilai pada pernyataan unfavorabel. Alat Ukur CAS, penilaian favorabel pada pilihan sangat sesuai (SS) diberikan nilai 4, pilihan sesuai (S) diberikan nilai 3, pilihan

tidak sesuai (TS) diberikan nilai 2, dan sangat tidak sesuai (STS) diberikan nilai 1. Sedangkan untuk pernyataan unfavorabel, pilihan sangat sesuai (SS) diberikan nilai 1, sesuai (S) diberikan nilai 2, pilihan tidak sesuai (TS) diberikan nilai 3, dan pilihan sangat tidak sesuai (STS) diberikan nilai 4.

Alat Ukur Keintiman, penilaian favorabel pada pilihan selalu (SL) diberikan nilai 4, pilihan sering (S) diberikan nilai 3, pilihan jarang (JR) diberikan nilai 2, pilihan tidak pernah (TP) diberikan nilai 1, Sedangkan untuk pernyataan unfavorabel, pilihan sangat selalu (SL) diberikan nilai 1, sering (S) diberikan nilai 2, pilihan jarang (JR) diberikan nilai 3, pilihan tidak pernah (TP) diberikan nilai 4.

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel *Celebrity Worship* dengan menggunakan skala CAS yang dikeluarkan pada tahun 2002 oleh McCutcheon, Lange, dan Houran. Kemudian dimodifikasi oleh Maltby, Day, McCutcheon, Houran, dan Ashe (2006) sehingga CAS terdiri dari 23 item yang mewakili tingkatan yang terdapat dalam *celebrity worship*, kemudian peneliti menambahkan 9 item karena item-item sebelumnya belum mencakup item unfavorabel sehingga jumlah item menjadi 32.

Dalam penelitian ini alat ukur keintiman diadaptasi dari skripsi yang dibuat oleh Amellia (2016), mengacu pada teori Masters (1992) yang menyatakan bahwa terdapat tujuh komponen keintiman antara lain memahami, berbagi, kepercayaan, komitmen, kejujuran, empati dan kelembutan. Skala ini berisi 58 item, yang terdiri dari 29 item favorabel dan 29 item unfavorabel.

## Hasil dan Pembahasan Penelitian

### Gambaran responden penelitian

**Tabel 1**  
**Gambaran Usia Subjek Penelitian**

Usia perkembangan	Frekuensi	Persen
Dewasa awal	67	89,3 %
Dewasa madya	8	10,7 %
Total	75	100 %

Berdasarkan tabel, usia perkembangan subjek didominasi oleh kelompok usia

perkembangan dewasa awal berjumlah 67 anggota (89,3 %) dan kategori kelompok usia perkembangan dewasa madya berjumlah 8 anggota (10,7 %).

**Tabel 2**  
**Gambaran Jenis Kelamin Subjek Penelitian**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
Laki-laki	18	24 %
Perempuan	57	76 %
Total	75	100 %

Berdasarkan data yang diperoleh dapat dilihat bahwa subjek perempuan lebih banyak yakni berjumlah 57 orang (76 %) dibandingkan subjek laki-laki yakni berjumlah 18 orang (24 %).

**Tabel 3**  
**Gambaran Pendidikan Subjek Penelitian**

Pendidikan	Frekuensi	Persen
S1	25	33,3 %
D3	8	10,7 %
SMA	26	34,7 %
SMP	10	13,3 %
SD	3	4 %
Lainnya	3	4 %
Total	75	100 %

Gambaran pendidikan subjek dapat dilihat dalam penelitian ini didominasi pada tingkat pendidikan SMA yakni sebanyak 26 anggota (34,7 %). dan tingkat pendidikan yang paling sedikit yakni SD dan lainnya dengan jumlah masing-masing 3 anggota (4 %).

**Tabel 4**  
**Gambaran Pekerjaan Subjek Penelitian**

Pekerjaan	Frekuensi	Persen
Wiraswasta	11	14,7 %
Karyawan	14	18,7 %
Buruh	2	2,7 %
Pengajar	5	6,7 %
Lainnya	43	57,3 %
Total	75	100 %

Pekerjaan subjek diklasifikasi menjadi 5 kelompok yaitu wiraswasta, karyawan, buruh, pengajar, dan lainnya. Berdasarkan gambaran pekerjaan subjek, didominasi oleh subjek yang mempunyai pekerjaan kelompok lainnya dengan jumlah 43 anggota (57,3 %). dan yang

memiliki pekerjaan dengan jumlah paling sedikit yakni buruh sebanyak 2 anggota (2,7 %).

**Tabel 5**  
**Gambaran Budaya Subjek Penelitian**

Budaya	Frekuensi	Persen
Jawa	34	45,3 %
Sunda	17	22,7 %
Madura	5	6,7 %
Batak	1	1,3 %
Betawi	8	10,7 %
Lainnya	10	13,3 %
Total	75	100 %

Berdasarkan data yang telah diperoleh, didominasi oleh subjek yang berbudaya Jawa yakni sebesar 34 anggota (45,3 %). Sedangkan budaya dengan jumlah paling sedikit yakni budaya Batak 1 anggota (1,3 %).

**Tabel 6**  
**Gambaran Agama Subjek Penelitian**

Agama	Frekuensi	Persen
Islam	58	77,3 %
Katholik	5	6,7 %
Protestan	10	13,3 %
Budha	1	1,3 %
Hindu	1	1,3 %
Total	75	100 %

Berdasarkan data yang telah diperoleh, didominasi oleh subjek yang beragama islam yakni sebesar 58 anggota (77,3 %). Sedangkan subjek dengan agama budha dan hindu memiliki jumlah yang sama yakni 1 anggota (1,3 %).

**Tabel 7**  
**Gambaran Lama Menikah Subjek penelitian**

Lama menikah	Frekuensi	Persen
1 – 5 tahun	49	65,3 %
> 5 th - 10 tahun	17	22,7 %
>10 tahun	9	12 %
Total	75	100 %

Berdasarkan lama menikah, dapat dilihat bahwa didominasi oleh subjek yang telah menjalin hubungan dengan pasangannya selama 1 sampai 5 tahun dengan jumlah sebesar 49 anggota (65,3 %) dan yang paling sedikit yakni subjek yang menjalin hubungan

>10 tahun dengan jumlah sebesar 9 anggota (12 %).

**Tabel 8**  
**Gambaran Berapa Kali Bertengkar dengan Pasangan dalam Seminggu**

Respon	Frekuensi	Persen
1 – 3 kali	39	52 %
4 – 6 kali	28	37,3 %
7 – 10 kali	8	10,7 %
Total	75	100 %

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa didominasi oleh subjek yang memiliki intensitas bertengkar dengan pasangannya 1-3 kali dalam seminggu dengan jumlah 39 anggota (52 %). Sedangkan subjek yang bertengkar dengan pasangannya dengan jumlah paling sedikit 8 anggota (10,7%), yakni terjadi 7 - 10 kali dalam seminggu.

**Tabel 9**  
**Gambaran Apakah Pasangan Bergabung dengan BMCI**

Respon	Frekuensi	Persen
Tidak	69	92 %
Ya	6	8 %
Total	75	100 %

Berdasarkan data yang diperoleh didominasi oleh anggota aktif yang berstatus sudah menikah yang pasangannya tidak bergabung dengan BMCI dengan jumlah sebesar 69 anggota (92 %). Sedangkan anggota aktif yang berstatus sudah menikah, yang pasangannya bergabung di BMCI sebanyak 6 anggota (8 %).

**Tabel 10**  
**Korelasi Celebrity Worship dan keintiman**

	Score Celebrity worship	Keintiman
Pearson correlation		-0,502
Sig. (2-tailed)		0,000
N		75

Berdasarkan hasil uji korelasi *Pearson Product Moment celebrity worship* dan keintiman diperoleh nilai sig.(p)= 0,000 (p<0,05) bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dan keintiman.

Selain itu, diperoleh juga nilai korelasi (r) sebesar -0,502 artinya terdapat hubungan

negatif kuat antara *celebrity worship* dan keintiman dengan pasangan. Semakin rendah *celebrity worship* yang didapat maka semakin tinggi keintiman dengan pasangan pada anggota BMCI yang sudah menikah di Jakarta. Begitupun sebaliknya, Semakin tinggi *celebrity worship* yang didapat maka semakin rendah keintiman dengan pasangan pada anggota BMCI yang sudah menikah di Jakarta.

**Tabel 11**  
**Kategori Celebrity Worship**

Kategorisasi	Frekuensi	Persen
Rendah <69,40	39	52 %
Tinggi ≥69,40	36	48 %
Total	75	100 %

Berdasarkan hasil kategorisasi, subjek paling banyak memiliki *celebrity worship* rendah yaitu 39 anggota (52 %).

**Tabel 12**  
**Kategori keintiman**

Kategorisasi	Frekuensi	Persen
Rendah <129,47	37	49,3 %
Tinggi ≥129,47	38	50,7 %
Total	75	100 %

Berdasarkan hasil kategorisasi, subjek paling banyak memiliki keintiman yang tinggi dengan pasangannya yaitu 38 anggota (50,7 %).

**Tabel 13**  
**Gambaran Celebrity Worship ditinjau Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi		Total (%)
	rendah (%)	tinggi (%)	
Dewasa awal	36 (53,7 %)	31 (46,3 %)	67 (100 %)
Dewasa madya	3 (37,5 %)	5 (62,5 %)	8 (100 %)
Total	39 (52 %)	36 (48 %)	75 (100 %)

Dapat dilihat bahwa dewasa awal lebih banyak yang memiliki *celebrity worship* yang rendah dan usia dewasa madya lebih banyak yang memiliki *celebrity worship* yang tinggi.

Dari hasil *chi-square test* didapatkan nilai sig 0,385 ( $p > 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara *celebrity worship* dengan usia subjek.

**Tabel 14**  
**Gambaran Celebrity Worship ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Frekuensi		Total (%)
	rendah (%)	tinggi (%)	
Laki-laki	8 (44,4 %)	10 (55,6 %)	18 (100 %)
Perempuan	31 (54,4 %)	26 (45,6 %)	57 (100 %)
Total	39 (52 %)	36 (48 %)	75 (100 %)

Dapat dilihat bahwa subjek perempuan lebih banyak yang memiliki *celebrity worship* yang rendah dengan pasangannya dan subjek laki-laki lebih banyak yang tinggi.

Dari hasil *chi-square test* didapatkan sig 0,462 ( $p > 0,05$ ) sehingga tidak ada hubungan antara *celebrity worship* dengan jenis kelamin subjek.

**Tabel 15**  
**Gambaran Celebrity Worship ditinjau Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Frekuensi		Total (%)
	rendah (%)	tinggi (%)	
S1	16 (64 %)	9 (36 %)	25 (100 %)
D3	4 (50 %)	4 (50 %)	8 (100 %)
SMA	12 (46,2 %)	14 (53,8 %)	26 (100 %)
SMP	2 (20 %)	8 (80 %)	10 (100 %)
SD	2 (66,7 %)	1 (33,3 %)	3 (100 %)
Lainnya	3 (100 %)	0 (0 %)	3 (100 %)
Total	39 (52 %)	36 (48 %)	75 (100 %)

Dapat dilihat bahwa subjek dengan pendidikan S1, SD, dan lainnya lebih banyak yang memiliki *celebrity worship* rendah

sedangkan tingkat pendidikan SMA dan SMP lebih banyak yang memiliki *celebrity worship* tinggi.

Dari hasil *chi-square test* didapatkan sig 0,111 ( $p > 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara *celebrity worship* dengan pendidikan subjek.

**Tabel 16**  
**Gambaran Keintiman ditinjau berdasarkan Usia**

Usia	rendah	tinggi	Total
	(%)	(%)	
Dewasa awal	32 (47,8 %)	35 (52,2%)	67 (100 %)
Dewasa madya	5 (62,5 %)	3 (37,5%)	8 (100 %)
Total	37 (49,3 %)	38 (50,7%)	75 (100 %)

Dapat dilihat bahwa subjek dengan usia perkembangan dewasa awal lebih banyak yang memiliki keintiman yang tinggi dengan pasangannya dan subjek dengan usia perkembangan dewasa madya lebih banyak yang memiliki keintiman yang rendah.

Dari hasil *chi-square test* didapatkan nilai sig 0,431 ( $p > 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara keintiman dengan usia subjek.

**Tabel 17**  
**Gambaran Keintiman ditinjau berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	rendah	Tinggi	Total
	(%)	(%)	
Laki-laki	11 (61,1 %)	7 (38,9 %)	18 (100%)
Perempuan	26 (45,6 %)	31 (54,4 %)	57 (100%)
Total	37 (49,3 %)	38 (50,7 %)	75 (100%)

Dapat dilihat bahwa subjek perempuan lebih banyak yang memiliki keintiman yang tinggi dengan pasangannya dan subjek laki-laki lebih banyak yang memiliki keintiman rendah dengan pasangannya.

Dari hasil *chi-square test* didapatkan nilai sig 0,252 ( $p > 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara keintiman dengan jenis kelamin subjek.

**Tabel 18**  
**Gambaran Keintiman ditinjau berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Rendah	tinggi	Total
	(%)	(%)	
S1	12 (48 %)	13 (52 %)	25 (100%)
D3	2 (25 %)	6 (75 %)	8 (100%)
SMA	12 (46,2 %)	14 (53,8%)	26 (100%)
SMP	6 (60 %)	4 (40 %)	10 (100%)
SD	3 (100 %)	0 (0 %)	3 (100%)
Lainnya	2 (66,7 %)	1 (33,3 %)	3 (100%)
Total	37 (49,3 %)	38 (50,7 %)	75 (100%)

Dapat dilihat bahwa subjek dengan pendidikan SMA ke atas lebih banyak yang memiliki keintiman tinggi dengan pasangannya sedangkan tingkat pendidikan SMP, SD, dan lainnya lebih banyak yang memiliki keintiman rendah dengan pasangannya.

Dari hasil *chi-square test* didapatkan nilai sig 0,315 ( $p > 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara keintiman dengan pendidikan subjek.

**Tabel 19**  
**Gambaran Keintiman ditinjau berdasarkan Lama Menikah**

Lama menikah	Rendah	tinggi	Total
	(%)	(%)	
1-5 tahun	19 (39,6%)	29 (60,4 %)	48 (100%)
>5th-10 tahun	12 (66,7%)	6 (33,3 %)	18 (100%)
>10 tahun	6 (66,7%)	3 (33,3)	9 (100%)
Total	37 (49,3%)	38 (50,7 %)	75 (100%)

Dapat dilihat subjek yang menikah 1-5 tahun banyak yang memiliki keintiman tinggi dengan pasangannya sedangkan usia pernikahan >5 - 10 tahun dan > 10 tahun lebih banyak yang memiliki keintiman yang rendah.

Dari hasil *chi-square* didapatkan nilai sig 0,079 ( $p>0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan tidak ada hubungan antara keintiman dengan usia pernikahan subjek.

**Tabel 20**  
**Gambaran Keintiman ditinjau**  
**berdasarkan Berapa Kali Bertengkar**

Bertengkar	Rendah	Tinggi	Total
	(%)	(%)	(%)
1 – 3 kali	14 (35,9 %)	25 (64,1 %)	39 (100 %)
4-6 kali	19 (67,9 %)	9 (32,1 %)	28 (100 %)
7-10 kali	4 (50 %)	4 (50 %)	8 (100 %)
Total	37 (49,3 %)	38 (50,7 %)	75 (100 %)

Dapat dilihat subjek yang bertengkar 1-3 kali dalam seminggu memiliki lebih banyak keintiman yang tinggi, subjek yang bertengkar dengan pasangannya 4-6 kali dalam seminggu lebih banyak keintiman yang rendah.

Dari hasil *chi-square test* didapatkan nilai sig 0,036 ( $p<0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara keintiman dengan berapa kali subjek bertengkar dengan pasangannya.

**Tabel 21**  
**Gambaran keintiman ditinjau berdasarkan**  
**pasangan bergabung di BMCI**

Pasangan bergabung	Rendah	tinggi	Total
	(%)	(%)	(%)
Tidak	36 (52,2 %)	33 (47,8 %)	69 (100%)
Ya	1 (16,7 %)	5 (83,3 %)	6 (100%)
Total	37 (49,3 %)	38 (50,7 %)	75 (100%)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa subjek yang pasangannya bergabung dengan BMCI lebih banyak memiliki keintiman yang tinggi dengan pasangannya. Dan subjek yang pasangannya tidak bergabung di BMCI lebih banyak yang memiliki keintiman yang rendah.

Dari hasil *chi-square test* didapatkan nilai sig 0,095 ( $p>0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara

keintiman dengan bergabungnya pasangan subjek di BMCI.

## Pembahasan

Berdasarkan tabel 4.11 sig.(p) = 0, 000 ( $p<0,05$ ) dengan koefisien korelasi sebesar ( $r$ )=-0,502 yang artinya hipotesis diterima yaitu terdapat hubungan negatif kuat dan signifikan antara *celebrity worship* dan keintiman dengan pasangan pada anggota BMCI yang sudah menikah di Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa anggota BMCI yang sudah menikah memiliki *celebrity worship* rendah maka semakin tinggi keintiman dengan pasangan. Sebaliknya, ketika anggota BMCI yang sudah menikah memiliki *celebrity worship* tinggi maka akan memiliki keintiman yang rendah dengan pasangannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh McCutcheon et al. (2016) mengenai *intimate relationships and attitudes toward celebrities*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan antara *intimate relationship* dan *attitudes toward celebrities* pada 330 mahasiswa di Inggris yakni ketika *celebrity attitudes scale* (CAS) tinggi maka mengindikasikan adanya hubungan yang bermasalah atau buruk dengan pasangan sehingga memiliki *intimate relationship* yang rendah.

*Celebrity worship* merupakan bentuk hubungan satu arah yang terjadi antara seseorang dengan selebriti idola dimana seseorang tersebut menjadi terobsesi terhadap selebriti idola (Maltby et al, 2003). Anggota BMCI yang sudah menikah memiliki *celebrity worship* tinggi cenderung obsesi pada kehidupan selebriti idola, keyakinan yang kuat bahwa individu dapat menjalin hubungan yang kuat dengan selebriti idola, memiliki afeksi yang berlebihan terhadap selebriti idola, aktif melakukan *stalking* pada selebriti idola melalui media sosial maupun aktif melakukan seluruh kegiatan yang diadakan di BMCI baik *nobar* maupun *gathering* secara rutin. Melakukan aktivitas yang lebih mementingkan selebriti idola daripada pasangan dapat mempengaruhi berkurangnya hubungan yang memuaskan dan membuat keintiman dengan pasangan menurun, hal tersebut disebabkan karena

intensitas waktu individu lebih banyak diluangkan pada selebriti idola daripada pasangan (McCutcheon et al, 2016).

Masters et al. (1992) mengacu pada tipe atau cara yang dilakukan pasangan dalam berbagi kedekatan yang meliputi perasaan, dan keterbukaan dengan pasangan.

Anggota BMCI yang memiliki keintiman yang rendah implikasi perilakunya antara lain berkurangnya waktu dengan pasangan karena waktunya lebih diluangkan untuk selebriti idola, afeksi cenderung pada selebriti idola, komunikasi yang kurang intens dengan pasangan, ketidakpedulian dengan pasangannya, lebih memilih mementingkan dirinya sendiri, ketidakmampuan untuk berempati dengan pasangan, ketidakjujuran subjek untuk menghindari dari konflik dengan pasangannya sehingga menurunnya kepercayaan yang diberikan oleh pasangan.

Anggota BMCI yang memiliki *celebrity worship* rendah cenderung hanya mencari informasi mengenai idolanya, menonton film maupun mendengarkan lagu terbaru selebriti idola, intensitas dalam mengikuti kegiatan tidak rutin, tidak memiliki keinginan untuk bertemu dengan selebriti idola maupun berkeyakinan menjalin hubungan spesial dengan selebriti idola, tidak memiliki afeksi yang berlebihan terhadap selebriti idola. Anggota tersebut cenderung lebih meluangkan waktunya untuk pasangannya, komunikasi yang intens dengan pasangan dibandingkan selebriti idola. Anggota BMCI yang memiliki keintiman yang tinggi yang aktif mengikuti kegiatan di BMCI, lebih banyak meluangkan waktunya untuk pasangan, mengutamakan kesejahteraan pasangan, mepedulikan pasangan tanpa mengabaikan kebahagiaan pasangan, menjaga kepercayaan pasangan sehingga tidak berdampak pada menurunnya keintiman dengan pasangan.

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai ( $r^2$ ) 0,252 atau 25,2 % menunjukkan bahwa *celebrity worship* berkontribusi mempengaruhi keintiman dengan pasangan pada anggota BMCI yang sudah menikah di Jakarta sebesar 25,2 %. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti usia, jenis kelamin, pendidikan kepribadian (Malby, Day, McCutcheon, Gillett, Houran, & Ashe, 2004), dan religiusitas (Malby, Houran, Lange, Ashe, & McCutcheon, 2002),

serta faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pada hasil uji statistik antara faktor yang mempengaruhi keintiman, hanya berapa kali bertengkar dengan pasangan dalam seminggu yang memiliki hubungan yang signifikan antara dengan keintiman. Diketahui bahwa subjek yang bertengkar 1-3 kali dalam seminggu memiliki lebih banyak keintiman yang tinggi dengan jumlah 64,1 %, subjek yang bertengkar dengan pasangannya 4-6 kali dalam seminggu lebih banyak keintiman yang rendah dengan jumlah 67,9 % dan subjek yang bertengkar 7-10 kali pada keintiman rendah maupun tinggi memiliki jumlah yang sama dengan jumlah 50 %. Dapat dilihat terdapat temuan penelitian yakni subjek yang jarang bertengkar atau hanya 1-3 kali bertengkar dengan pasangan dalam seminggu cenderung memiliki keintiman yang tinggi. Hal ini didukung Bird dan Melville (1994) yang menyatakan keintiman dapat terjalin semakin erat apabila individu dapat mengurangi intensitas bertengkar atau terjadinya konflik dengan pasangan,

Untuk faktor lainnya seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, lama menikah, apakah pasangan bergabung di BMCI tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan keintiman. Hal tersebut didukung oleh penelitian Haryanti (2015) mengenai "*hubungan antara keintiman dengan komitmen pernikahan pada suami istri yang bekerja*" yang menyatakan bahwa keintiman tidak dipengaruhi oleh jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan umur pernikahan.

Berdasarkan pada tabel 4.12 mengenai kategori *celebrity worship* anggota BMCI menggunakan nilai *mean* ( $\mu$ ) hasilnya menunjukkan terdapat 39 anggota (52 %) yang memiliki *celebrity worship* lebih kecil dari nilai rata-rata disebut dengan *celebrity worship* rendah. Terdapat 36 anggota (48 %) yang memiliki *celebrity worship* lebih besar sama dengan nilai rata-rata, yang disebut dengan *celebrity worship* tinggi. Anggota BMCI yang memiliki *celebrity worship* rendah ditandai dengan hanya menganggap selebriti idola sebagai hiburan di waktu luang, seperti mencari informasi selebriti idola di media sosial, mendengarkan lagu maupun menonton film terbaru selebriti idola, mengikuti perkembangan selebriti idola untuk

dibagikan kepada teman maupun pasangan. Anggota BMCI yang memiliki *celebrity worship* tinggi ditandai dengan perilaku kompulsif pada selebriti idola, menganggap selebriti idola menjadi bagian dari kehidupannya, memiliki afeksi yang berlebihan pada selebriti idola, rela melakukan apapun yang mengatasnamakan selebriti idola.

Berdasarkan pada tabel 4.13 mengenai kategori keintiman anggota BMCI menggunakan nilai *mean* ( $\mu$ ) hasilnya menunjukkan terdapat 37 anggota (49,3 %) yang memiliki skor keintiman lebih kecil dengan nilai rata-rata, yang diartikan memiliki keintiman yang rendah dengan pasangannya. Terdapat 38 anggota (50,7 %) yang memiliki skor keintiman lebih besar sama dengan rata-rata, yang diartikan memiliki keintiman yang tinggi dengan pasangan. Anggota BMCI yang memiliki keintiman yang rendah dengan pasangannya perilaku hanya mementingkan kesenangan diri sendiri, ketidakterbukaan dengan pasangan dan tidak dapat mengalah demi kebahagiaan pasangan. Anggota yang memiliki keintiman yang tinggi dengan pasangannya ditandai dengan memiliki kenyamanan untuk berbagi perasaan, kepekaan maupun berempati dengan pasangan, saling menghargai, saling terbuka satu sama lain, lebih mementingkan kesejahteraan maupun kebahagiaan pasangan.

### **Simpulan**

Hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan yaitu : Ada hubungan negatif kuat dan signifikan antara *celebrity worship* dan keintiman dengan pasangan pada anggota *bollywood mania club Indonesia (BMCI)* yang sudah menikah di Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa *celebrity worship* memiliki hubungan dengan keintiman pada anggota BMCI yang sudah menikah di Jakarta. Saat anggota BMCI memiliki *celebrity worship* rendah maka anggota tersebut memiliki keintiman yang tinggi dengan pasangannya. Hal ini berlaku sebaliknya, saat anggota BMCI yang sudah menikah memiliki *celebrity worship* yang tinggi maka anggota tersebut cenderung memiliki keintiman yang rendah dengan pasangannya. *Celebrity worship* berkontribusi dalam mempengaruhi keintiman sebesar

25,2% sedangkan sisanya 74,8 % dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada penelitian ini hanya berapa kali bertengkar dengan pasangan dalam seminggu yang berhubungan dengan keintiman. Untuk faktor lainnya seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, lama menikah, apakah pasangan bergabung di BMCI tidak memiliki hubungan dengan keintiman.

### **Daftar Pustaka**

Amellia, D. (2016). *Gambaran intimacy pada perempuan dewasa awal yang mengalami perceraian orang tua* (Skripsi tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat.

Azwar, S. (2015). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Baron, R. A., & Byrne, D. (2002). *Psikologi sosial* (10<sup>th</sup> ed). Jakarta: Erlangga.

Bird, E., & Melville, K. (1994). *Families and intimate relationship*. McGraw Hill Inc. New York.

Haryanti, E. (2015). *Hubungan antara keintiman dengan komitmen pernikahan pada suami istri yang bekerja (Jurnal)*. Diambil dari: <https://digilib.uns.ac.id>.

Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Gillett, R., Houran, J., & Ashe, D.D. (2004). Personality and coping: A context for examining celebrity worship and mental health. *The British Journal of Psychology*, 95, 411-428.

Maltby, J., Houran, J., Lange, R., Ashe, D. D & McCutcheon, L. E. (2002). Thou shalt worship no other gods-unless they are celebrities: The relationship between celebrity worship and religious orientation. *Personality and individual differences*, 32, 1157-1172.

Maltby, J., McCutcheon, L. E., & Lowinger, R. J. (2011). Brief report: Celebrity worship and the five factor model of

- personality. *North American Journal of Psychology*, 13, 343-348.
- Maltby, J., & Day, L. (2011). Celebrity worship and incidence of elective cosmetic surgery: Evidence of a link among young adults. *Journal of Adolescent Health*, 49 (5), 483-489.
- Maraknya film Bollywood, penetrasi budaya pop India di Indonesia? (2015, 10 Februari). *RedaksiAktual*. Diambil dari <http://www.aktual.com>.
- Masters, W. H., Johnson, V. E., & Kolodny, J. E. (1992). *Human Sexuality*. New York: HarperCollins. Publisher Inc.
- McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., Houran, J., & Maltby, J. (2003). A cognitive profile of individual who tend to worship celebrities. *Journal of Psychology*, 137, 309-322.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *The British Journal Psychology Society*, 93, 67-87.
- McCutcheon, L., Gillen, M. M., Broene, L. B., Collisson, B. (2016). Intimate relationships and attitude toward celebrity. *North American Journal of Psychology*, 10(1), 77-89.
- McCutcheon, L. E., & Maltby, J. (2002). Personality attributions about individuals high and low in the tendency to worship celebrities. *Current Research in Social Psychology*, 7, 325-337.
- Papalia, D. E., Old, S. W., Feldman, & R. D. (2008). *Human development (Psikologi perkembangan)*. Jakarta: Kencana.
- Saputra, A. (2014, 27 Desember). Indonesia bakal dikepung film-film India. *Liputan6.com*. Diambil dari <http://m.liputan6.com>.
- Ternyata ini alasan di balik film India selalu disertai dengan adegan menari dan bernyanyi (2017, 30 Januari). *Tribunmedan*. Diambil dari <https://medan.tribunnews.com>.