BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Demam *Bollywood* di Indonesia sepertinya tidak pernah surut oleh waktu. Dari waktu ke waktu, selalu ada banyak film-film *Bollywood* yang masuk ke Indonesia, sehingga penggemarnya dapat selalu mengikuti perkembangan *Bollywood*. *Bollywood* adalah nama tidak resmi dari industri perfilman di India yang menggunakan bahasa nasional India, yaitu Hindi, dan berpusat di kota Mumbai (Pradita, 2017). *Bollywood* merupakan salah satu industri perfilman terbesar di India dan di dunia, sehingga tidak semua artis India merupakan artis *Bollywood* (Noviarina, 2015). Menurut Hikmat Darmawan, pengamat sekaligus komite film Dewan Kesenian Jakarta, *Bollywood* sudah ada di Indonesia sejak tahun 1920-an (Khoiri, 2017). *Bollywood* sepanjang sejarahnya telah berhasil memikat penonton di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Dimulai dari alur ceritanya yang dramatis, lagu-lagunya yang berkesan, hingga tarian-tariannya yang menarik adalah ciri khas dari *Bollywood*. Hal tersebut juga membuat masyarakat Indonesia menjadi berminat untuk menggemari *Bollywood*.

Seseorang yang menggemari sesuatu atau seseorang disebut sebagai seorang penggemar. Seorang penggemar tidak dibatasi oleh usia tertentu. Mulai dari usia anak-anak hingga lansia, semua dapat menjadi seorang penggemar. Raviv, Bar-Tal, Raviv, dan Ben-Horin (1996) menjelaskan dari hasil penelitiannya mengenai pemujaan penyanyi pop bahwa remaja cenderung

melakukan pemujaan terhadap artis. Selain itu, mereka juga menjelaskan bahwa seiring dengan bertambahnya usia, maka tingkat pemujaan artis seseorang akan berkurang. Akan tetapi, kenyataan di kehidupan sehari-hari tidaklah sesuai dengan pernyataan tersebut. Ada juga penggemar yang berada di tahap usia dewasa yang memuja artis dengan intens, terlebih lagi di tahapan usia dewasa awal (Ashe & McCutcheon, 2001; Giles, *in press*; Giles & Maltby, *in press*; Larson, 1995; dalam McCutcheon, Ashe, Houran & Maltby, 2003).

Dewasa awal merupakan salah satu tahapan usia perkembangan manusia. Dalam tahapan usia perkembangan dewasa awal, individu beranjak untuk meninggalkan dunia remajanya dan menghadapi situasi lingkungan yang baru. Menurut Hurlock (2015), batasan usia untuk dewasa awal adalah pada usia 18 sampai 40 tahun. Tugas-tugas perkembangan masa dewasa awal menurut Havighurst (dalam Hurlock, 2015) adalah untuk mulai bekerja, memilih pasangan, belajar hidup dengan tunangan, mulai membina keluarga, mengasuh anak, mengelola rumah tangga, mengambil tanggung jawab sebagai warga negara, dan mencari kelompok sosial yang menyenangkan. Dalam mencari kelompok sosial yang menyenangkan, individu dewasa awal harus menemukan apa yang menarik bagi dirinya. Dalam hal ini, menjadi seorang penggemar artis diduga adalah salah satu hal yang menyenangkan bagi individu dewasa awal.

Penggemar identik dengan mengetahui dan mendukung apa saja yang berkaitan dengan hal yang digemarinya. Begitu juga dengan penggemar artis *Bollywood*, beberapa penggemar rela melakukan apa saja demi bisa bertemu dan berinteraksi dengan artis *Bollywood* kesukaannya. Bahkan untuk hanya sekedar

melihatnya walaupun dari kejauhan. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Raviv, Bar-Tal, Raviv, dan Ben-Horin (1996), yaitu pemujaan seorang artis dapat diekspresikan dengan cara aktif mencari informasi artis tersebut atau mencoba untuk bertemu dengan artis tersebut secara langsung.

Beberapa penggemar artis *Bollywood* dari Indonesia rela melakukan apa saja agar dapat bertemu dengan artis *Bollywood*. Salah satu penggemar tersebut adalah seorang wanita Indonesia berusia 27 tahun dan sudah mendatangi 16 negara demi berfoto dengan artis *Bollywood* kesukaannya. Ia pertama kali menyukai *Bollywood* karena menonton *Kuch Kuch Hota Hai* yang dibintangi oleh Shah Rukh Khan. Ia rela menjual telepon genggamnya agar dapat menonton konser Shah Rukh Khan di Indonesia pada tahun 2012 (Mayasari, 2017). Selain itu pada bulan Mei tahun 2016, seorang wanita asal Indonesia melakukan aksi nekat dengan pergi ke India hanya untuk menemui dan memberikan surat kepada Shah Rukh Khan. Ia kerap mengirimkan pesan kepada Shah Rukh Khan untuk menemuinya dan enggan untuk pulang sebelum ia berhasil bertemu dengan artis pujaannya (Dewi, 2016). Pada akhirnya, artis pujaannya pun pergi menemuinya. Penggemar ini merasa bahagia dan mengatakan bahwa pengalaman tersebut seperti sebuah kisah dongeng dengan *happy ending* di akun *Twitter*-nya.

Selain dua penggemar di atas, penggemar artis *Bollywood* di Indonesia dapat dilihat melalui perkumpulan atau komunitas yang ada di Indonesia. Ada beberapa komunitas penggemar *Bollywood* di Indonesia seperti Komunitas Fans *Bollywood* Indonesia (KFBI), Komunitas *Bollywood* Indonesia (KBI), *Bollywood Mania Club* Indonesia (BMCI), dan Aku Cinta *Bollywood Fans Club* Indonesia

(ACBFCI). Salah satu dari banyaknya komunitas penggemar *Bollywood* di Indonesia yang sampai saat ini aktif adalah *Bollywood Mania Club Indonesia* (BMCI). Komunitas ini memiliki anggota dengan usia berkisar dari 17 tahun hingga 40 tahun. Data terakhir pada Februari 2018, komunitas BMCI memiliki 68.924 anggota seluruh Indonesia dalam akun grup *Facebook*-nya. BMCI merupakan komunitas dengan jumlah anggota terbanyak dibandingkan dengan komunitas lainnya. BMCI juga merupakan komunitas yang aktif dan sering mengadakan pertemuan (*gathering*) untuk menonton bersama film *Bollywood*. Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan salah satu *administrator* grup BMCI, daerah Jakarta merupakan daerah dengan anggota terbanyak yaitu sekitar 6500 anggota. Selain itu, BMCI Jakarta juga lebih sering mengadakan *gathering* menonton film *Bollywood* bersama. Biasanya untuk *gathering* menonton bersama di Jakarta dihadiri sekitar tiga ratus hingga lima ratus orang. Dalam laman grup *Facebook* maupun blognya, *administrator* rutin memberikan informasi terbaru mengenai perfilman maupun artis-artis *Bollywood*. Hal ini membuat anggota BMCI dapat selalu mengikuti perkembangan film-film dan artis-artis *Bollywood*.

Berdasarkan uraian di atas, dua penggemar artis *Bollywood* dan anggota BMCI berada pada kisaran usia 17 hingga 40 tahun, dimana usia 18 hingga 40 merupakan rentang usia dewasa awal. Dalam tahap usia tersebut, dapat dikatakan bahwa mereka masih melakukan pemujaan terhadap artis *Bollywood*. Pemujaan artis dalam istilah psikologi disebut sebagai *Celebrity Worship*. McCutcheon, Ashe, Houran, dan Maltby (2003) mendefinisikan c*elebrity worship* sebagai sebuah bentuk interaksi parasosial ketika individual menjadi terobsesi dengan

sosok artis, mirip dengan gangguan delusional tipe erotomanik. Hubungan parasosial itu sendiri menurut Rubin dan McHugh (1987) adalah sebuah hubungan interpersonal satu-arah yang dimunculkan oleh penonton televisi terhadap karakter-karakter media. Sebagai contoh hubungan interpersonal satu-arah ini adalah ketika penggemar mengenal sangat dalam tentang kehidupan artis *Bollywood*, akan tetapi artis *Bollywood* tersebut tidak mengenal sama sekali kehidupan penggemar tersebut. Terdapat tiga tingkatan atau level untuk *celebrity worship* yaitu untuk tingkat rendah disebut sebagai tingkat *entertainment-social*, tingkat yang lebih tinggi disebut sebagai tingkat *intense-personal*, dan tingkat yang paling tinggi adalah tingkat *borderline-pathological* (Sheridan, North, Maltby & Gillett, 2007).

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan mengenai gambaran *celebrity worship* pada dewasa awal di Jakarta yang dilakukan oleh Widjaja dan Ali (2015). Hasil dari penelitian tersebut adalah *celebrity worship* dewasa awal di Jakarta ada pada level *intense-personal* dengan persentase sebesar 34,8%. Selain itu, pria mendominasi level *entertainment-social* dengan persentase 54,1%. Sedangkan wanita mendominasi level *borderline-pathological* dengan persentase 55,1%. Hal ini menunjukkan bahwa *celebrity worship* dewasa awal di Jakarta cenderung pada tingkat tinggi. Selain itu, wanita dewasa awal cenderung memiliki *celebrity worship* yang lebih tinggi dibandingkan dengan pria dewasa awal.

Peneliti kemudian melakukan wawancara singkat dengan anggota dari BMCI yang aktif mengenai *celebrity worship*-nya. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan seberapa sukanya mereka dengan artis *Bollywood*, apa yang

dilakukan selama menyukai artis *Bollywood*, apa pandangan dirinya mengenai kehidupannya sekarang, dan kegiatan apa saja yang dilakukan sebagai anggota BMCI. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

> AN, 23 tahun, wanita
> (wawancara pribadi, 27 November 2017 dan 02 September 2018)
>
> "Suka banget mbak sama Bollywood. Setiap hari selalu ngecek info film terbaru atau artis-artisnya. Stalking sosmed artisnya juga, biar tahu gitu dia lagi ngapain. Soalnya berasa cari tahu info pacar. Kalo lagi stalking jadi pengen banget ketemu dia langsung gitu, soalnya banyak juga kan penggemar lain yang bisa ketemu foto bareng terus dipost di sosmed. Sedih sih kalo dipikirin kapan ya gue bisa gitu. Sering kasih komen ke postingannya, kayak tolong bales komenku dong. Kayak hampir di semua postingannya. Kalo sekarang kehidupannya… Merasa ada beban berat sih. Dari keluarga lah banyak nuntut ini itu, dari kerjaan lah yang selalu numpuk. Gampang lelah. Jadi segala hal yang berbau Bollywood tuh yang bikin bahagia deh. Jadi anggota BMCI karena emang di sini kan komunitas Bollywood. Kalo nobar sering ikut, tapi kegiatan lain kayak cuma ketemu-ketemu antar anggota jarang banget. Kurang cocok sama anggotanya, ga nyaman gitu. Jadi kalo masalah Bollywood lebih sering seneng-seneng sendiri."

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa AN melakukan *celebrity worship* pada artis *Bollywood* dengan rutin mencari informasi dan memiliki keinginan yang besar untuk bertemu atau berinteraksi. Bahkan AN merasa memiliki hubungan yang khusus dengan menganggap artis kesukaannya adalah pacarnya. Dalam BMCI, AN tidak memiliki hubungan yang baik dengan anggota lainnya. AN merasa bahwa saat ini ia merasa tidak puas dengan kehidupannya karena berbagai hal yang dianggap sebagai beban.

Selanjutnya, peneliti melakukan wawancara singkat ke anggota BMCI lainnya dengan pertanyaan yang sama. Berikut adalah hasil wawancaranya:

> AS, 35 tahun, wanita
> (wawancara pribadi, 24 November 2017 dan 01 September 2018)

> "Suka kok sama Bollywood. Paling ngikutin aja perkembangannya. Kapan filmnya si ini tayang, masuk ke Indonesia ga, kayak gitu. Ga sampe setiap saat ngeliatin foto artis gitu kok. Biasa aja, ada film baru dan ada waktu, ya nonton. Hm… ya sekarang sih fine-fine aja. Yang penting udah bisa ngehasilin uang sendiri, udah punya keluarga sendiri, diberi kesehatan. Udah lebih dari cukup kan? Hahaha. Kegiatan-kegiatan BMCI diusahain ikut terus, diusahain atur jadwal biar bisa ikut. Karena pengen ketemu yang lainnya gitu, ngobrol-ngobrol seneng-seneng bareng."

Menurut AS, dirinya tidak terlalu terpaku melakukan *celebrity worship*. Hal ini karena ia sesekali saja mencari informasi, hanya menikmati film-film *Bollywood*, dan tidak sampai ingin bertemu dengan artis-artisnya. Ia berusaha untuk sering menghadiri kegiatan BMCI karena ia ingin bertemu dengan rekan-rekannya. AS juga sudah merasa cukup puas dengan kehidupannya sekarang.

> AE, 28 tahun, pria
> (wawancara pribadi, 08 April 2018 dan 02 September 2018)
>
> "Ya suka-suka aja ya. Saya ngikutin Bollywood karena suka sama alur cerita dari film-filmnya. Yang penting ceritanya seru, menarik, ga bikin bosen. Hm… ga ada hal spesial yang dilakuin sih… Cuma ngecek-ngecek jadwal film atau info artis aja. Ato ga download lagu-lagunya. Hahaha… Kalo kegiatan BMCI sih sering ikut kok, apalagi kalo nobar atau ga yang ada nyanyi-nyanyinya. Untuk sekarang sih, Alhamdulillah, baik… ya begitu lah, yang penting ada kesibukan ya kan kerjaan, ga nganggur."

Hampir sama dengan AS, AE tidak terlalu terpaku melakukan *celebrity worship* dalam sehari-harinya. Ia hanya menikmati film dan lagu *Bollywood*, serta sesekali mencari informasi tentang artis *Bollywood*. Dalam BMCI, AE sering mengikuti kegiatan yang diadakan, terlebih pada saat menonton dan menyanyi bersama. AE juga merasa sejauh ini kehidupannya baik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga anggota BMCI, dapat dilihat bahwa AN memiliki *celebrity worship* yang lebih tinggi dibandingkan dengan AS dan AE. Selain itu, AN merasa belum bahagia dengan kehidupannya. Sumber

ketidakbahagiaan AN berasal dari keluarga yang dirasa banyak menuntut dirinya dan pekerjaan yang menumpuk, sehingga hal-hal tersebut membuatnya mudah merasa lelah. Oleh karena itu, ia merasakan kebahagiaan ketika melakukan kegiatan yang berkaitan dengan *Bollywood.* AN selalu ingin mengetahui segala hal yang berhubungan dengan artis *Bollywood* dan merasa ada kedekatan antara dirinya dengan artis tersebut. *Celebrity worship* level tinggi ditandai dengan adanya perilaku kompulsif ingin melakukan apa saja demi bisa bertemu dan/atau berinteraksi dengan artis *Bollywood*, rasa *over-identification* seperti menganggap artis tersebut sebagai pacarnya, dan muncul sebuah obsesi untuk mengetahui segala macam detail dalam kehidupan artis *Bollywood* (McCutcheon, Lange & Houran, 2002).

Sedangkan AS dan AE dapat dilihat memiliki *celebrity worship* yang rendah dan sudah cukup merasa puas dengan kehidupannya. AS merasa puas hidupnya karena ia sudah memiliki keluarga sendiri dan pekerjaan tetap, serta dengan kesehatan yang baik. Sementara AE merasa kehidupannya berjalan dengan baik karena ia memiliki kesibukan dengan pekerjaannya. *Celebrity worship* yang rendah ditandai dengan hanya memiliki keinginan untuk mencari informasi atau sekedar membicarakannya kepada orang lain tentang artis kesukaannya dengan tujuan sebagai *entertainment* (McCutcheon, Lange & Houran, 2002).

Anggota BMCI yang memiliki *celebrity worship* tinggi merasa bahwa ia belum bahagia dengan kehidupannya. Perasaan belum bahagia atau puas dengan kehidupannya bisa dikarenakan adanya masalah dalam kehidupan sehari-harinya,

baik dari faktor eksternal seperti keluarga, pekerjaan, lingkungan, maupun faktor internal seperti rasa penyesalan dalam diri akan kejadian yang masa lalu. Adanya hubungan yang buruk dengan faktor internal maupun eksternal dapat membuatnya merasa tidak nyaman. Dapat diduga bahwa untuk menutupi rasa tidak puas atau bahagia yang dirasakan, maka orang tersebut akan mencari cara untuk bisa keluar atau koping dari rasa tidak nyaman yang ia rasakan tersebut (Maltby, McCutcheon, Ashe & Houran, 2001). Bentuk koping yang dipilih menjadi maladaptif karena dengan cara melakukan *celebrity worship* yang lebih tinggi, bukan koping yang sesuai dengan masalah dari rasa tidak nyaman tersebut (*problem-focused*). Perilaku yang muncul ketika *celebrity worship* tinggi adalah seperti secara rutin mencari informasi detail mengenai artis *Bollywood* kesukaannya, mengoleksi barang-barang yang berkaitan dengan artis tersebut, merasa bahwa keberhasilan atau kegagalan artis juga terjadi pada dirinya, hingga merasa bahwa artis tersebut adalah pasangannya.

Sebaliknya, anggota BMCI yang merasa bahwa hidupnya sudah cukup memuaskan memiliki *celebrity worship* yang rendah. Dapat diduga ia sudah merasa bahagia dengan kehidupannya karena ia tidak merasa kesulitan untuk mencari jalan keluar dari masalah kesehariannya. Ia tidak merasa ada perasaan personal terhadap artis *Bollywood* dan menyukainya hanya sebatas kesenangan atau *entertainment*. Ia hanya akan sebatas mencari informasi mengenai artis untuk kesenangan semata atau mengisi waktu luang. Kebahagiaan dan kepuasan yang disampaikan merupakan pendapat pribadi dari orang-orang tersebut. Kebahagiaan dan kepuasaan pribadi ini disebut sebagai *Subjective Well-being*.

Pavot dan Diener (2004) menjelaskan bahwa *subjective well-being* mewakili penilaian atau evaluasi orang-orang terhadap kehidupan mereka sendiri, dan penilaian-penilaian tersebut bisa didasari oleh respon-respon kognitif dan emosional. Respon kognitif merupakan penilaian dirinya mengenai kepuasan hidupnya. Sedangkan respon emosional mencakup penilaian dirinya mengenai afek positif dan negatif. Seseorang dikatakan memiliki *subjective well-being* yang tinggi adalah ketika ia merasa puas dan bahagia dengan kehidupannya, baik dari segi emosi, ekonomi, keluarga, maupun sosial (Pavot & Diener, 2004), serta munculnya afek positif dan rendahnya afek negatif pada orang tersebut. Afek positif yang dimaksud adalah seperti perasaan senang, bersyukur, dan penuh kasih. Sementara untuk afek negatif yang dimaksud adalah seperti perasaan tidak senang, tidak nyaman, dan ketakutan (Diener, Wirzt, Tov, Kim-Prieto, Choi, Oishi & Biswas-Diener, 2010).

Anggota BMCI yang mengalami masalah dalam aspek kehidupannya akan merasa tidak bahagia atau tidak puas, serta muncul afek negatif. Ketika ia merasa tidak puas, ia akan mencari sesuatu yang dapat menutupi rasa ketidakpuasannya. Dalam hal ini, ia memilih untuk lebih memuja artis kesukaannya sebagai jalan keluar masalah yang ia rasakan. Semakin rendah rasa puas dan bahagianya maka ia akan semakin sangat terobsesi dengan artis kesukaannya. Ia akan merasa puas dengan melakukan pemujaan terhadap artis kesukaannya. Ia akan mencari segala cara agar dapat lebih mengenal dengan dalam tentang sosok artis kesukaannya. Selain itu, ia juga akan merasa bahagia ketika bisa membeli barang yang berkaitan dengan artis kesukaannya, melihat artis kesukaannya walaupun dari kejauhan, dan

mendukung segala aktivitas artis kesukaannya. Sebaliknya, anggota BMCI yang menilai bahwa kehidupannya sudah baik sehingga merasa puas diduga tidak akan terobsesi dengan artis kesukaannya. Hal ini karena ia mampu mencari jalan keluar yang sesuai dengan masalah yang dihadapi sehingga ia tidak akan memuja artis kesukaannya dengan intens. Artis kesukaannya bukanlah prioritas utama dalam hidupnya melainkan bisa saja keluarganya, pekerjaannya, lingkungannya, maupun dirinya sendiri.

Penelitian sebelumnya mengenai *celebrity worship* dan *well-being* pernah dilakukan oleh Maltby, McCutcheon, Ashe, dan Houran (2001) dengan berjudul *The Self-reported Psychological Well-being of Celebrity Worshippers.* Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa dengan adanya pemujaan terhadap artis akan diikuti juga dengan *psychological well-being* yang buruk. Orang dengan level *entertainment-social* ada kecenderungan untuk menggunakan *celebrity worship* sebagai *coping stress*. Sementara orang dengan level *intense-personal* menunjukkan kecenderungan untuk cemas dan beberapa simptom depresi.

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Shi, Zhang, Yang, Feng, dan Kou (2016) tentang hubungan *celebrity worship* dengan aspirasi (tujuan hidup) dan *subjective well-being* pada murid sekolah menengah pertama di Cina. Hasil yang diperoleh dari hubungan *celebrity worship* dengan *subjective well-being* murid sekolah menengah pertama adalah sangat rendah (r = – 0,04). Selain itu, *celebrity worship* diprediksikan memiliki hubungan yang negatif dengan *subjective well-being* dari murid sekolah menengah pertama dengan jenis kelamin perempuan. Sedangkan pada murid sekolah menengah pertama dengan jenis

kelamin laki-laki, tidak ditemukan adanya hubungan antara *celebrity worship* dengan *subjective well-being* yang dimiliki.

Berdasarkan fenomena serta penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul hubungan *celebrity worship* dengan *subjective well-being* pada anggota *Bollywood Mania Club Indonesia* di Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Bollywood Mania Club Indonesia (BMCI) merupakan salah satu komunitas penggemar *Bollywood* yang memiliki anggota terbanyak di Indonesia. Dalam komunitas ini, anggotanya berada dalam rentang usia 17 hingga 40 tahun, dimana usia 18 hingga 40 tahun merupakan rentang usia dewasa awal. Anggota BMCI memiliki kesamaan yaitu menyukai *Bollywood*, baik dari sekedar menyukai filmnya hingga menyukai artis-artisnya. Salah satu anggota aktif BMCI merasa sangat menyukai artis *Bollywood* kesukaannya. Ia rutin mencari informasi tentang artis tersebut hingga rutin melakukan *stalking* pada akun media sosialnya. Bahkan ia merasa bahwa artis *Bollywood* kesukaannya adalah pasangan hidupnya. Kerelaan penggemar tersebut untuk melakukan segala hal demi artis pujaannya dan pemujaan artis tersebut dikenal sebagai *celebrity worship*. Seharusnya, seiring dengan bertambahnya usia maka pemujaan terhadap artis pun berkurang. Akan tetapi pada kenyataannya masih ada dewasa awal yang melakukan *celebrity worship*.

Anggota BMCI yang cenderung melakukan *celebrity worship* hingga terobsesi dengan artis kesukaannya diduga disebabkan oleh ketidakpuasan atau rasa tidak bahagia dirinya terhadap kehidupannya. Ketidakpuasan atau rasa tidak bahagia muncul karena adanya hubungan yang buruk dengan dirinya maupun dengan lingkungannya. Hubungan yang buruk ini mengakibatkan adanya masalah dalam kehidupannya. Ketika ia tidak mampu menemukan jalan keluar atau solusi yang sesuai, maka ia akan koping dengan melakukan *celebrity worship* dengan tingkat yang lebih tinggi. Kepuasan hidup atau rasa bahagia itu disebut sebagai *subjective well-being*.

Subjective well-being didefinisikan sebagai evaluasi kognitif dan afektif seseorang terhadap kehidupannya. *Subjective well-being* seseorang dikatakan tinggi ketika ia merasa bahagia dengan hidupnya, serta hidupnya sudah sesuai dengan tujuannya. Jika ia memiliki masalah, ia dapat mencari solusi atau jalan keluar yang sesuai dengan masalah yang dihadapinya. Jika ia memiliki afek negatif, ia mampu untuk menyalurkannya dengan benar seperti dengan tidak memendamnya dan beralih dengan memuja artis kesukaannya secara berlebihan.

Dari uraian identifikasi masalah tersebut, maka peneliti mengajukan pertanyaan penelitian yaitu apakah ada hubungan *subjective well-being* dengan *celebrity worship* pada anggota BMCI di Jakarta.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang akan dilaksanakan adalah untuk mengetahui hubungan *subjective well-being* dengan *celebrity worship* pada anggota BMCI di Jakarta.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang akan dilaksanakan, yang terbagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang ilmu Psikologi khususnya Psikologi bidang klinis, perkembangan, dan sosial yang berkaitan dengan *subjective well-being* dan *celebrity worship* penggemar artis *Bollywood* dewasa awal.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi penggemar artis *Bollywood* agar dapat menyelesaikan masalah sesuai dengan masalah yang dimiliki (*problem-focused*) tanpa dengan memuja artis *Bollywood* secara berlebihan.

E. Kerangka Berpikir

Sebagian besar anggota *Bollywood Mania Club Indonesia* (BMCI) berada pada rentang usia masa dewasa awal. Menjadi seorang penggemar diduga

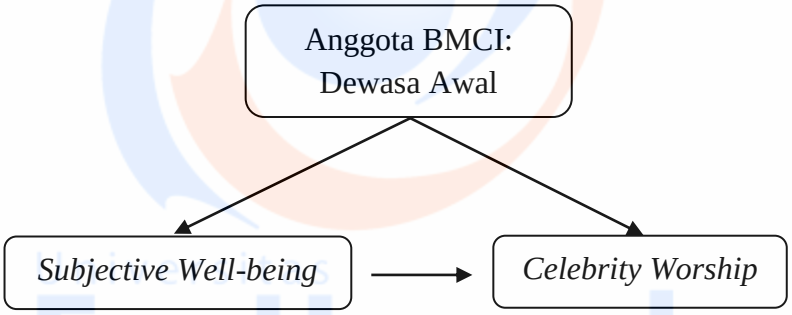
merupakan kegiatan yang menyenangkan bagi seorang dewasa awal. Dalam hal ini, artis *Bollywood* merupakan hal yang disukai oleh anggota BMCI. Seorang penggemar cenderung akan memuja artis kesukaannya dan mendukung hal-hal yang berkaitan dengan sosok yang digemarinya hingga menjadi terobsesi.

Pemujaan artis disebut sebagai *celebrity worship*. Anggota BMCI yang memiliki *celebrity worship* yang tinggi cenderung terobsesi dengan artis kesukaannya. Ia akan mencari segala macam informasi mengenai artis tersebut, memiliki keinginan besar untuk bisa bertemu, membeli segala macam benda yang berhubungan dengan artis kesukaannya, hingga menganggap bahwa artis tersebut adalah pasangan hidupnya. Sedangkan anggota BMCI yang memiliki *celebrity worship* rendah cenderung tidak rutin dalam melakukan hal-hal yang berkaitan dengan artis kesukaannya. Ia hanya menganggap artis *Bollywood* sebagai *entertainment*. Dapat dikatakan ia hanya akan mencari informasi artis tersebut dan/atau membicarakan artis itu dengan orang lain.

Perilaku *celebrity worship* dapat diduga muncul karena dirinya merasa kurang puas atau bahagia karena masalah yang ada dalam kehidupannya. Perasaan kurang puas mendorong seseorang untuk mencari solusi dari masalah yang dihadapinya. Bentuk koping yang dipilih menjadi maladaptif karena dengan cara melakukan *celebrity worship* yang lebih tinggi, bukan koping yang *problem-focused*. Kebahagiaan dan kepuasan hidup subjektif ini disebut sebagai *subjective well-being*. Anggota BMCI yang memiliki *subjective well-being* yang rendah merasakan ketidakpuasan dalam hidupnya, baik dari segi emosi, ekonomi, keluarga, maupun sosial. Adanya ketidakpuasan atau rasa tidak bahagia tersebut,

maka ia diduga cenderung melakukan *celebrity worship* hingga level tinggi seperti nekat pergi menemui artis kesukaannya, terobsesi dengan detail kehidupannya, hingga merasa bahwa ia adalah pasangan artis tersebut. Sedangkan anggota BMCI yang memiliki *subjective well-being* tinggi diduga cenderung melakukan *celebrity worship* pada level rendah, yaitu dengan sesekali mencari informasi tentang artis *Bollywood* sebagai kesenangan semata. Ia merasa bahwa hidupnya sudah membahagiakan sehingga tidak terobsesi dengan artis kesukaannya, karena artis kesukaannya bukanlah prioritas utama dalam hidupnya.

Berikut adalah gambar skema kerangka berpikir tentang hubungan *subjective well-being* dengan *celebrity worship* pada anggota BMCI:



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

F. Hipotesis

Peneliti mengajukan hipotesis penelitian yaitu terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *subjective well-being* dengan *celebrity worship* pada anggota BMCI di Jakarta.