



Pengaruh *Idol Worship* terhadap Preferensi Pemilihan Pasangan pada K-Popers Wanita Dewasa Awal di Sumatera Barat

Kartika Aulia Rahmi^{1*}, Zulian Fikry²

¹⁻² Universitas Negeri Padang, Indonesia

Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar, Padang, Sumatera Barat

Korespondensi penulis: kartikarahmi960@gmail.com

Abstract. Before entering marriage, a person will generally choose a partner who meets their criteria. Choosing a partner is not something to be done carelessly, as this decision has a significant impact on the journey of the household and the harmony of the relationship in the future. Factors influencing partner selection can be very diverse, ranging from personal values, social environment, to the influence of developments in the times and mass media. One popular cultural phenomenon that also influences is K-Pop. For some people, a deep interest in K-Pop idols or artists can form certain standards or criteria in choosing a life partner. This study aims to determine the influence of idol worship on partner selection preferences among early adult female K-Popers in West Sumatra. The study subjects were 120 people selected using a snowball sampling technique. The study used a quantitative method, with instruments in the form of an idol worship scale and a partner selection preference scale compiled by researchers based on the dimensions of idol worship by Cheung and Yue (2018) and aspects of partner selection preferences by Townsend and Roberts (1993). The results of a simple linear regression analysis indicate that, in general, idol worship has no significant effect on partner choice preferences ($\text{sig} = 0.405 > 0.05$). However, when examined by dimension, attachment ($\text{sig} = 0.002 < 0.05$) and idealization ($\text{sig} = 0.001 < 0.05$) significantly influence partner choice preferences. This finding indicates that emotional aspects and idealization of idols can shape the criteria or ideal image of a desired partner, although idol worship does not have a direct effect overall.

Keywords: Early Adulthood, Idol Worship, K-Pop, Partner Choice, Partner Preferences.

Abstrak. Sebelum memasuki jenjang pernikahan, seseorang umumnya akan memilih pasangan yang sesuai dengan kriteria yang dimilikinya. Pemilihan pasangan bukanlah hal yang dapat dilakukan secara sembarangan, karena keputusan ini berpengaruh besar terhadap perjalanan rumah tangga dan keharmonisan hubungan di masa depan. Faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan pasangan dapat sangat beragam, mulai dari nilai-nilai pribadi, lingkungan sosial, hingga pengaruh perkembangan zaman dan media massa. Salah satu fenomena budaya populer yang turut memengaruhi adalah K-Pop. Bagi sebagian orang, ketertarikan yang mendalam terhadap idola atau artis K-Pop dapat membentuk standar atau kriteria tertentu dalam memilih pasangan hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *idol worship* terhadap preferensi pemilihan pasangan pada K-Popers wanita dewasa awal di Sumatera Barat. Subjek penelitian berjumlah 120 orang yang dipilih menggunakan teknik *snowball sampling*. Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dengan instrumen berupa skala *idol worship* dan skala preferensi pemilihan pasangan yang disusun peneliti berdasarkan dimensi *idol worship* oleh Cheung dan Yue (2018) serta aspek preferensi pemilihan pasangan oleh Townsend dan Roberts (1993). Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa secara umum tidak terdapat pengaruh signifikan *idol worship* terhadap preferensi pemilihan pasangan ($\text{sig} = 0,405 > 0,05$). Namun, jika ditinjau berdasarkan dimensi, ditemukan bahwa dimensi *attachment* ($\text{sig} = 0,002 < 0,05$) dan *idealization* ($\text{sig} = 0,001 < 0,05$) memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi pemilihan pasangan. Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek emosional dan idealisasi terhadap idola dapat membentuk kriteria atau gambaran ideal pasangan yang diinginkan, meskipun *idol worship* secara keseluruhan tidak berpengaruh secara langsung.

Kata Kunci: Dewasa Awal, Idol Worship, K-Pop, Pemilihan Pasangan, Preferensi Pasangan.

1. LATAR BELAKANG

Setiap manusia melalui fase perkembangan yang dimulai dari kandungan hingga masa tua. Setiap masa perkembangan ini memiliki tugas perkembangan, termasuk juga pada masa dewasa awal. Masa dewasa awal mencakup periode perkembangan yang dimulai dari usia 20 sampai 40 tahun (Papalia, Olds, & Feldman, 2009). Ketika masa dewasa awal, seseorang

mengalami fase transisi dari remaja ke dewasa, yang mana pada masa ini seseorang akan beralih dari bergantung dengan orang lain ke masa mandiri secara ekonomi, bebas membuat keputusan, maupun pandangan hidup yang lebih rasional. (Thahir, 2018). Tugas perkembangan dewasa awal menurut Havigurst (1953) (dalam Thahir, 2018) yaitu menjalin hubungan dengan orang lain baik untuk dijadikan sebagai teman ataupun pasangan, berkeluarga, hidup bersama pasangan, mengasuh anak-anak, bekerja, menjadi warga negara yang baik, bergabung dengan kelompok sosial yang memiliki nilai-nilai yang sesuai.

Diantara tugas perkembangan yang telah disebutkan diatas, pada penelitian ini peneliti berfokus pada tugas perkembangan menjalin hubungan dengan orang lain, berkeluarga, dan hidup bersama pasangan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, angka pernikahan di Indonesia pada tahun 2023 mengalami penurunan dibandingkan pada tahun 2022. Pada tahun 2023 angka pernikahan sebanyak 1.577.255 sedangkan pada tahun 2022 1.705.348 (Fitri & Putri, 2024).

Menurut teori perkembangan Erikson, dewasa awal memasuki tahap *intimacy vs isolation* yang mana tugas perkembangannya yaitu menjalin hubungan yang intim dengan lawan jenis. *Intimacy* mengacu kepada kemampuan individu untuk membina kedekatan dengan orang lain tanpa kehilangan identitasnya. Apabila tugas perkembangan ini tidak dilaksanakan maka akan berdampak pada keadaan sosioemosional individu tersebut seperti adanya perasaan kesepian dan terisolasi dari kehidupan sosial (Santrock, 2019).

Sebelum memasuki jenjang pernikahan, seseorang akan memilih pasangan yang sesuai dengan kriterianya (Qairani, 2023). Terdapat beberapa tahap dalam proses pemilihan pasangan, yaitu tahap berinteraksi, saling mengenal lebih lanjut, dan saling terlibat satu sama lain. Ketika memilih pasangan seseorang tidak hanya mempertimbangkan kemampuan calon pasangan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pokoknya, melainkan juga pentingnya saling pengertian dan dukungan (Rosalinda & Michael, 2019). Preferensi pemilihan pasangan mengalami perubahan seiring perkembangan zaman, yang mana sebelumnya individu tidak dapat memilih pasangannya dengan bebas karena perjodohan yang telah diatur oleh orang tuanya. Sedangkan pada saat ini untuk memilih pasangan, individu membutuhkan banyak pertimbangan apakah orang tersebut dapat menjadi pasangannya atau tidak.

Townsend dan Roberts (1993) mengatakan bahwa preferensi pemilihan pasangan melibatkan penentuan kriteria yang diharapkan ketika seseorang memilih pasangan. Azmi dan Hoesni (2019) mengungkapkan bahwa individu melakukan pemilihan pendamping hidup dengan harapan dapat menemukan pasangan yang sesuai, dan diharapkan kesesuaian tersebut dapat memperkuat ikatan hubungan. Proses pemilihan pasangan ini dapat menjadi tantangan

bagi beberapa orang, karena masing-masing orang mempunyai gambaran pasangan ideal yang berbeda (Nopela et al., 2023). Faktanya menemukan pasangan yang sempurna yang benar-benar memenuhi kriteria merupakan sesuatu yang tidaklah mudah (Maryani, Handayani, & Julianti, 2024).

Memilih pasangan tidak dapat dilakukan dengan sembarangan, karena dapat mempengaruhi pada perjalanan rumah tangga. Apabila hal-hal yang berkaitan dengan calon pasangan tidak terlalu diperhatikan maka dikemudian hari akan berdampak pada ketidakharmonisan rumah tangga. Karena itu individu harus tepat dalam memilih calon pasangan bagi dirinya untuk dijadikan pasangan hidup (Azmi & Hoesni, 2019). Buss (1986) mengatakan bahwa adanya ketidaksamaan antara pria dan wanita ketika memilih pasangan. Pria lebih fokus pada aspek fisik, sementara wanita mempertimbangkan faktor sosial ekonomi yang lebih baik dari dirinya.

Kriteria pemilihan pasangan setiap orang tentunya tidaklah sama, selain dipengaruhi oleh perkembangan zaman, tetapi juga dipengaruhi oleh media massa (Aulia, 2019). Salah satu media massa yang memberikan pengaruh besar yaitu *Korean Wave*. *Korean wave* yaitu suatu istilah untuk budaya yang berasal dari Korea Selatan yang tersebar hampir ke seluruh negara, termasuk Indonesia. Salah satu bentuk *Korean Wave* yang digemari oleh masyarakat yaitu K-Pop (Korean Pop).

Pemilihan pasangan yang sangat selektif dapat dipengaruhi oleh perasaan tertarik terhadap suatu idola dan menjadikan idolanya tersebut sebagai standar dalam memilih pasangan (Fitriana & Sari, 2024). Sebagai sosok yang terkenal, seorang idol diharuskan untuk menampilkan kualitas yang baik, seperti kelembutan, kepedulian, pengasih, berjuang keras, rendah hati, dan sifat-sifat baik lainnya. Karena penggemar sering melihat idola mereka yang memiliki karakter yang baik ini, muncul perasaan ingin memiliki pasangan yang memiliki karakter yang serupa. Selain itu juga karena indahnya penampilan fisik para idola tersebut yang menyebabkan para penggemar menginginkan pasangan yang penampilan fisiknya juga serupa dengan idolanya (Irawan & Khuluq, 2024).

Fenomena pengaguman terhadap idola sehingga menjadikannya sebagai standar dalam memilih atau mencari pasangan yang mirip dengan idola ini disebut dengan *idol worship*. *Idol worship* merupakan kekaguman terhadap seseorang yang mempunyai talenta, prestasi, status, dan paras yang dikagumi oleh penggemarnya. *Idol worship* berbeda dengan *celebrity worship*. Seseorang yang mengalami *idol worship* menganggap pengidolaan terhadap idolanya sebagai bentuk dari identifikasi terhadap atribut-atribut yang disempurnakan atau diidealkan dari tokoh yang diidolakan dengan perasaan kedekatan yang dibayangkan dengan idola tersebut.

Sedangkan *celebrity worship* merupakan perilaku yang bersifat adiktif dengan kecenderungan obsesif. Seseorang yang mengalami *idol worship* maupun *celebrity worship* memiliki keyakinan bahwa antara dirinya dan sang idola memiliki hubungan khusus (Cheung & Yue, 2018).

Bentuk perilaku *idol worship* yang ditemui pada penggemar salah satunya yaitu merasa mempunyai perasaan kedekatan dengan sang idola yang mendorong mereka melakukan tindakan yang membuat mereka merasa mempunyai kedekatan emosional dengan idolanya (Fitriana & Sari, 2024). *Idol worship* biasanya muncul pada masa remaja dan menurun pada saat memasuki usia dewasa (Liu, 2013). Hal ini karena pada masa remaja merupakan masa ketika mereka mengeksplorasi segala hal dalam membentuk identitasnya (Thahir, 2018). Tetapi data survei yang dilakukan oleh Jakpat survei untuk memperoleh data sebaran penggemar K-Pop di Indonesia pada tahun 2016 menemukan bahwa sebanyak 43,38% dari 3000 partisipan termasuk kedalam usia dewasa awal (Laksono & Noer, 2021).

Seseorang yang hubungan romantisme di dunia nyata tidak dapat diwujudkan, maka ia akan lebih memilih idola mereka sebagai sumber *intimacy* (Raviv, Bar-tal, & Ben-Horin, 1995). Cahyani, Zakaria, & Ghaybiyyah (2022) juga mengatakan bahwa kekecewaan yang pernah dialami oleh seseorang ketika menjalin hubungan interpersonal dengan orang lain akan muncul perasaan kesepian, sehingga muncul keinginan untuk mencari alternatif untuk memenuhi kepuasan yang ia inginkan. Selain itu karena seorang idola sering membagikan pengalaman hidupnya dan berbagi konten yang menghibur penggemar mereka sehingga bagi penggemar secara psikologis muncul perasaan suka yang nyata dan mereka menganggapnya memiliki makna secara pribadi oleh penggemar (Rain & Mar, 2021). Perasaan nyaman yang didapatkan dari idola yang disukai memunculkan proses psikologis sehingga mereka menunjukkan perasaan cinta yang berlebihan kepada idolanya (Blake, Purwasetiawatik, & Saudi, 2023). Berdasarkan dari uraian yang telah disampaikan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti apakah terdapat pengaruh *idol worship* terhadap preferensi pemilihan pasangan pada K-Popers wanita dewasa awal di Sumatera Barat.

2. KAJIAN TEORITIS

Preferensi pemilihan pasangan melibatkan penentuan kriteria yang diharapkan ketika seseorang memilih pasangan (Townsend & Roberts, 1993). Lykken dan Tellegen (1993) berpendapat bahwa preferensi dalam memilih pasangan yaitu serangkaian tindakan yang bertujuan untuk menentukan calon pasangan yang diinginkan dapat menjadi pasangan hidup, selain itu juga seseorang yang dapat memberikan kontribusi dalam pengasuhan anak.

Buss (2008) mengatakan bahwa preferensi pemilihan pasangan merupakan evolusi proses psikologis yang berkaitan dengan seleksi pasangan dan dilakukan oleh setiap manusia sejak zaman dulu hingga sekarang. Preferensi pemilihan pasangan dapat menjadi acuan agar individu dapat memilih pasangan yang diinginkan. Sedangkan menurut DeGenova (2008) (dalam Aulia, 2019) preferensi pemilihan pasangan yaitu proses seleksi dalam pemilihan seseorang yang akan dijadikan pasangan sampai akhirnya orang tersebut terpilih menjadi pasangan hidup.

Pemilihan pasangan yang sangat selektif dapat dipengaruhi oleh perasaan tertarik terhadap suatu idola dan menjadikan idolanya tersebut sebagai standar dalam memilih pasangan (Fitriana & Sari, 2024). Fenomena pengaguman terhadap idola sehingga menjadikannya sebagai standar dalam memilih atau mencari pasangan yang mirip dengan idola ini disebut dengan *idol worship*.

Idol yaitu seseorang yang memiliki bakat, prestasi, status, dan penampilan fisik yang diapresiasi oleh penggemarnya (Cheung & Yue, 2018). Sedangkan *worship* mengacu pada kekaguman terhadap seseorang. Hal ini dapat ditunjukkan melalui perilaku seperti mencari berita yang berhubungan dengan sang idola ataupun berusaha untuk berinteraksi secara langsung dengan idola (Raviv et al., 1996). Jadi *idol worship* yaitu kekaguman terhadap seseorang yang mempunyai bakat, prestasi, status, dan penampilan fisik yang dikagumi oleh penggemarnya (Cheung & Yue, 2018).

Menurut Maltby et al. (2004), yang mana menggunakan istilah *celebrity worship*, mengungkapkan bahwa *celebrity worship* merupakan keadaan seseorang yang mengidolakan seorang idola tertentu, yang mana hal ini dapat berubah menjadi perasaan suka yang berlebihan dan memiliki dampak terhadap kehidupan penggemar tersebut. McCutcheon, Lange, & Houran (2002) mengatakan bahwa *idol worship* yaitu keadaan seseorang yang menyukai seorang idola secara berlebihan dan tertarik terhadap kehidupan pribadi idolanya tersebut. *Idol worship* dapat ditunjukkan oleh penggemar yang selalu mengumpulkan berita mengenai idola yang disukainya.

Maltby et al. (2004) mengatakan bahwa *celebrity worship* ini termasuk kedalam hubungan satu arah. Dalam hubungan satu arah ini atau parasosial hanya penggemar yang merasa bahwa dirinya memiliki kedekatan dengan idola yang disukainya. Idola yang sering membagikan pengalaman hidupnya dan berbagi konten yang menghibur penggemar mereka sehingga bagi penggemar secara psikologis muncul perasaan suka yang nyata dan mereka menganggapnya memiliki makna secara pribadi oleh penggemar (Rain & Mar, 2021).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metode yang diterapkan yaitu metode survey. Partisipan pada penelitian ini merupakan seorang K-Popers wanita yang berusia 20-40 tahun, belum memiliki pasangan atau belum menikah, dan berdomisili di Sumatera Barat. Jumlah partisipan pada penelitian ini yaitu sebanyak 120 subjek, yang mana teknik penentuan sampel penelitian dengan menggunakan *snowball sampling*.

Terdapat dua alat ukur yang peneliti gunakan, yaitu preferensi pemilihan pasangan dan *idol worship*. Kedua alat ukur ini merupakan hasil konstruksi yang disusun oleh peneliti. Skala preferensi pemilihan pasangan disusun peneliti berdasarkan aspek-aspek preferensi pemilihan pasangan oleh Townsend dan Roberts (1993) yang terdiri dari 14 item dengan reliabilitas sebesar 0.864. Lalu skala *idol worship* disusun peneliti berdasarkan dimensi *idol worship* oleh Cheung dan Yue (2018) yang terdiri dari 20 item dengan reliabilitas sebesar 0.840.

Uji regresi sederhana digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansinya < 0.05 maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Fitri et al., 2023).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari uji asumsi dan uji hipotesis. Uji asumsi pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas dan uji linieritas. Sedangkan uji hipotesis yang digunakan oleh peneliti yaitu uji regresi linier sederhana. Analisis data pada penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS for windows* versi 20.

Tabel 1. Hasil uji normalitas

	Unstandardized Residual
N	120
Kolmogorov-Smirnov Z	0.794
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.555

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar $0.555 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil uji linieritas

		F	Sig.
Preferensi pemilihan pasangan* <i>Idol worship</i>	Linearity	0.719	0.398
	Deviation from Linearity	1.352	0.212

Berdasarkan tabel 2 tersebut, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada *deviation form linearity* sebesar $0.212 > 0.05$, yang artinya antara kedua variabel terdapat hubungan yang linier.

Tabel 3. Uji regresi linier sederhana *idol worship* terhadap preferensi pemilihan pasangan

Variabel	F	R Square	Sig
<i>Idol worship*</i>	0.698	0.006	0.405
Preferensi pemilihan pasangan			

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa nilai F sebesar 0.698 dengan signifikansi sebesar $0.405 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh *idol worship* terhadap preferensi pemilihan pasangan pada K-Popers wanita dewasa awal di Sumatera Barat. Nilai R Square sebesar 0.006 yang artinya *idol worship* memberikan pengaruh sebesar 0.6% terhadap preferensi pemilihan pasangan pada K-Popers wanita dewasa awal di Sumatera Barat dan sisanya sebesar 99.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4. Uji regresi linier sederhana *idol worship* pada dimensi *attachment* terhadap preferensi pemilihan pasangan

Variabel	F	R Square	Sig
<i>Attachment*</i>	10.217	0.080	0.002
Preferensi pemilihan pasangan			

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar $0.002 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *idol worship* pada dimensi *attachment* terhadap preferensi pemilihan pasangan. Nilai R Square sebesar 0.080 yang artinya dimensi *attachment* memberikan pengaruh sebesar 8% terhadap preferensi pemilihan pasangan.

Tabel 5. Uji regresi linier sederhana *idol worship* pada dimensi *consumption* terhadap preferensi pemilihan pasangan

Variabel	F	R Square	Sig
<i>Consumption*</i>	0.469	0.004	0.495
Preferensi pemilihan pasangan			

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar $0.495 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh *idol worship* pada dimensi *consumption* terhadap preferensi pemilihan pasangan. Nilai R Square sebesar 0.004 yang artinya dimensi *consumption* memberikan pengaruh sebesar 0.4 % terhadap preferensi pemilihan pasangan.

Tabel 6. Uji regresi linier sederhana *idol worship* pada dimensi *idealization*
terhadap preferensi pemilihan pasangan

Variabel	F	R Square	Sig
<i>Idealization*</i>	12.179	0.094	0.001
Preferensi pemilihan pasangan			

Berdasarkan tabel 6 diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *idol worship* pada dimensi *idealization* terhadap preferensi pemilihan pasangan. Nilai R Square sebesar 0.094 yang artinya dimensi *idealization* memberikan pengaruh sebesar 9.4% terhadap preferensi pemilihan pasangan.

Tabel 7. Uji regresi linier sederhana *idol worship* pada dimensi *identification*
terhadap preferensi pemilihan pasangan

Variabel	F	R Square	Sig
<i>Identification*</i>	3.590	0.030	0.061
Preferensi pemilihan pasangan			

Berdasarkan tabel 7 diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar $0.061 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat tidak pengaruh *idol worship* pada dimensi *identification* terhadap preferensi pemilihan pasangan. Nilai R Square sebesar 0.030 yang artinya dimensi *identification* memberikan pengaruh sebesar 3% terhadap preferensi pemilihan pasangan.

Tabel 8. Uji regresi linier sederhana *idol worship* pada dimensi *romantization*
terhadap preferensi pemilihan pasangan

Variabel	F	R Square	Sig
<i>Romantization*</i>	0.972	0.008	0.326
Preferensi pemilihan pasangan			

Berdasarkan tabel 8 diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar $0.326 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat tidak pengaruh *idol worship* pada dimensi *romantization* terhadap preferensi pemilihan pasangan. Nilai R Square sebesar 0.008 yang artinya dimensi *romantization* memberikan pengaruh sebesar 0.8% terhadap preferensi pemilihan pasangan.

Tabel 9. Kategorisasi skor preferensi pemilihan pasangan

Kriteria	Skor	F	Presentase (%)
Sangat Rendah	$X < 43$	7	5.8%
Rendah	$43 < X \leq 46$	34	28.3%
Sedang	$46 < X \leq 49$	50	41.7%
Tinggi	$49 < X \leq 52$	21	17.5%

Sangat Tinggi	$52 < X$	8	6.7%
Jumlah		120	100%

Berdasarkan tabel 9 diatas, dapat dilihat bahwa dari 120 subjek terdapat 5.8% subjek dengan kriteria preferensi pemilihan pasangan yang sangat rendah, 28.3% subjek dengan kriteria rendah, dan 41.7% subjek dengan kriteria sedang, 17.5% subjek dengan kriteria tinggi, dan 6.7% subjek dengan kriteria sangat tinggi.

Tabel 10. Distribusi frekuensi aspek preferensi pemilihan pasangan

Aspek	F	Persentase (%)
Status sosial ekonomi	42	35%
Kesediaan mendukung pasangan	32	26.7%
Daya tarik fisik	46	38.3%
Jumlah	120	100%

Berdasarkan tabel 10 diatas, dapat dilihat bahwa terdapat 35% subjek yang memilih pasangan berdasarkan status sosial ekonomi, 26.7% subjek yang memilih pasangan berdasarkan kesediaan mendukung pasangan, dan 38.3% subjek yang memilih pasangan berdasarkan daya tarik fisik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas subjek pada penelitian ini memilih pasangan berdasarkan daya tarik fisik.

Tabel 11. Kategorisasi skor *idol worship*

Kriteria	Skor	F	Persentase (%)
Sangat Rendah	$X < 58$	7	5.8%
Rendah	$58 < X \leq 60$	33	27.5%
Sedang	$60 < X \leq 62$	45	37.5%
Tinggi	$62 < X \leq 64$	28	23.4%
Sangat Tinggi	$X > 64$	7	5.8%
Jumlah		120	100%

Berdasarkan tabel 11 diatas, dapat dilihat bahwa dari 120 subjek, terdapat 5.8% subjek dengan kriteria *idol worship* yang sangat rendah, 27.5% subjek dengan kriteria rendah, dan 37.5% subjek dengan kriteria sedang, 23.4% dengan kriteria tinggi, dan 5.8% dengan kriteria sangat tinggi.

Tabel 12. Distribusi frekuensi dimensi *idol worship*

Dimensi	F	Persentase (%)
<i>Attachment</i>	16	13.3%
<i>Consumption</i>	24	20%
<i>Idealization</i>	23	19.1%
<i>Identification</i>	25	20.9%

<i>Romantization</i>	32	26.7%
Jumlah	120	100%

Berdasarkan tabel 12 diatas, dapat dilihat bahwa dari 120 subjek terdapat 13.3% subjek dengan dimensi *attachment*, 20% subjek dengan dimensi *consumption*, 19.1% subjek dengan dimensi *idealization*, 20.9% subjek dengan dimensi *identification*, dan 26.7% subjek dengan dimensi *romantization*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas subjek pada penelitian ini berada pada dimensi *romantization*.

Pembahasan

Analisis data yang telah dilaksanakan menghasilkan temuan bahwa secara umum tidak terdapat pengaruh *idol worship* terhadap preferensi pemilihan pasangan pada K-Popers wanita dewasa awal di Sumatera Barat yang ditunjukkan dengan nilai F sebesar 0.698 dan signifikansi sebesar 0.405. Selain itu, nilai R Square sebesar 0.006 yang artinya *idol worship* memberikan pengaruh sebesar 0.6% terhadap preferensi pemilihan pasangan pada K-Popers wanita dewasa awal di Sumatera Barat dan sisanya sebesar 99.4% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa walaupun para subjek termasuk penggemar K-Pop, tetapi hal tersebut tidak mempengaruhi preferensi pemilihan pasangan di dunia nyata. K-Popers wanita dewasa awal di Sumatera Barat masih dapat membedakan mana yang dunia nyata dan mana dunia hiburan.

Walaupun secara umum tidak terdapat pengaruh *idol worship* terhadap preferensi pemilihan pasangan, tetapi ketika peneliti melakukan analisis lebih lanjut diperoleh bahwa terdapat pengaruh *idol worship* pada dimensi *attachment* terhadap preferensi pemilihan pasangan, yang ditunjukkan dengan nilai F sebesar 10.217 dan signifikansi sebesar 0.002. Dimensi *attachment* mencerminkan kedekatan emosional antara idola dan penggemar dan memperlakukan idola sebagai seseorang yang dapat memberikan ketenangan dan kenyamanan bagi dirinya (Cheung & Yue, 2018).

Pada dimensi *attachment* dari 120 subjek terdapat 16 (13.3%) subjek yang berada pada dimensi ini. Artinya, sebagian dari K-Popers wanita dewasa awal di Sumatera Barat merasa mempunyai hubungan yang spesial dengan idolanya, mereka berharap dapat menjadi teman bagi idolanya, ketika idolanya mengalami kesulitan, mereka akan merasa sedih, ketika melihat idolanya, mereka merasa bahagia, dan ketika merasa sedih mereka akan melihat konten idolanya. Selain itu 16 subjek ini juga menjadikan idolanya sebagai standar dalam memilih pasangan. Subjek yang merasa memiliki hubungan dengan idolanya bisa saja mempunyai keinginan untuk memiliki pasangan yang dapat memberikan rasa aman dan nyaman, dan juga yang dapat memberikan dukungan emosional kepadanya seperti yang diberikan oleh idolanya.

Fitriana dan Sari (2024) mengatakan bahwa salah satu bentuk *idol worship* yang dialami oleh penggemar K-Pop yaitu para penggemar merasa mempunyai hubungan dengan idolanya sehingga mereka akan melakukan segala cara agar dapat dekat dengan idolanya. Perasaan suka kepada idola muncul akibat interaksi yang terjalin antara idola dan penggemar, dan respon yang diberikan oleh idolanya, seperti memberikan kabar dan mengungkapkan perasaan kepada penggemar menggunakan platform media massa, dan juga memberikan apresiasi kepada penggemarnya (Siswoyo, Daranindra, & Abidin, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Hermina (2024) menemukan bahwa subjek pada penelitian tersebut membayangkan bahwa antara dirinya dan sang idola mempunyai hubungan yang spesial, dan subjek tersebut sering membuat alur cerita ketika dia membayangkan tentang idolanya. Subjek tersebut menjadikan idolanya sebagai standar dalam memilih pasangan dan ingin memiliki pasangan seperti idolanya tersebut di kehidupan nyata.

Selain pada dimensi *attachment*, juga terdapat pengaruh *idol worship* pada dimensi *idealization* terhadap preferensi pemilihan pasangan, yang ditunjukkan dengan nilai F sebesar 12.179 dan signifikansi sebesar 0.001. Dimensi *idealization* yaitu menganggap bahwa idola tersebut merupakan makhluk paling sempurna (Cheung & Yue, 2018). Pada dimensi *idealization*, dari 120 subjek terdapat 23 (19.1%) subjek yang berada pada dimensi ini. Artinya 23 penggemar K-Pop wanita dewasa awal di Sumatera Barat merasa idolanya tidak mempunyai kekurangan dan membandingkan idolanya dengan orang-orang disekitarnya. Mereka menganggap bahwa idolanya merupakan makhluk yang sempurna dan menjadikan idolanya sebagai standar dalam memilih pasangan berdasarkan dari karakteristik yang dimiliki oleh idolanya baik dari segi fisik maupun karakternya. Namun hal ini dapat mengakibatkan standar yang tidak realistis dalam memilih pasangan.

Irawan dan Khuluq (2024) mengatakan bahwa idol merupakan sosok terkenal yang diharuskan untuk menunjukkan pribadi yang hangat, penuh kasih, pekerja keras, rendah hati, dan sifat-sifat baik lainnya. Karena penggemar sering melihat idola mereka yang memiliki karakter yang sempurna ini, muncul perasaan ingin memiliki pasangan yang memiliki karakter yang serupa. Selain itu juga karena indahnya penampilan fisik para idola tersebut yang menyebabkan para penggemar menginginkan pasangan yang penampilannya juga serupa dengan idolanya.

Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa dari 120 subjek terdapat 45 (37.5%) subjek berada pada tingkat *idol worship* yang sedang dan sebanyak 32 (26.7%) subjek berada pada dimensi *romantization*. *Romantization* merupakan perasaan suka atau mencintai idola secara berlebihan dan penggemar membayangkan bahwa dia dan idolanya mempunyai suatu

hubungan (Cheung & Yue, 2018). Sebagian dari K-Popers wanita dewasa awal dalam penelitian ini memiliki perasaan tertarik pada idola mereka, tetapi tidak sampai pada tahap yang fanatik. K-Popers wanita dewasa awal di Sumatera Barat mungkin saja beranggapan bahwa idolanya merupakan pasangan yang ideal baginya, menganggap bahwa idolanya tersebut lebih menarik daripada orang lain di kehidupan nyata, dan sering mengkhayalkan jika bisa menjalin hubungan dengan idolanya tersebut. Selain itu, terdapat K-Popers wanita dewasa awal yang mengikuti aktivitas dari idolanya, seperti menonton kontennya, menonton konser, membeli *merchandise*, dan sebagainya, tetapi mereka masih dapat mengelola atau membatasi dirinya ketika mengagumi idolanya.

Penjelasan tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Indrawati (2019) yang menemukan bahwa subjek pada penelitiannya dapat membatasi dirinya dalam menggunakan sosial media untuk mencari informasi terkait idolanya. Dengan membatasi diri dalam mencari informasi mengenai idola yang disukai, dapat membantu subjek untuk tidak menjadikan idolanya sebagai fokus utamanya dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian yang dilakukan oleh Utamie dan Kusuma (2025) juga menemukan bahwa perasaan suka yang dibentuk oleh subjek tersebut kepada idol K-Pop yang diidolakan masih dapat dikatakan normal. Para subjek masih dapat membatasi dirinya dari pemikiran yang tidak rasional ketika menyukai idolanya sehingga mereka tidak secara berlebihan ketika mengidolakan dan mengakses konten yang berkaitan dengan idolanya.

Lalu, penelitian ini juga menemukan bahwa dari 120 subjek terdapat 50 (41.7%) subjek berada pada tingkat preferensi pemilihan pasangan yang sedang dengan dan sebanyak 46 (38.3%) subjek memilih pasangan berdasarkan daya tarik fisik. Maksudnya yaitu sebagian K-Popers wanita dewasa awal di Sumatera Barat mempunyai kriteria dalam memilih pasangan yang tidak terlalu tinggi ataupun terlalu rendah. Subjek masih mempertimbangkan faktor-faktor yang lain dalam memilih pasangan, tetapi tetap realistis. Selain itu, mayoritas subjek yang memilih pasangan berdasarkan daya tarik fisik menunjukkan bahwa ketika memilih pasangan, daya tarik fisik merupakan hal awal yang penting untuk diperhatikan ketika membangun ketertarikan walaupun tidak menjadi hal satu-satunya ketika mempertimbangkan pemilihan pasangan.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan pendapat Townsend dan Roberts (1993) dan Buss (1986), yang mengatakan bahwa pria biasanya menginginkan calon pendamping hidup berdasarkan daya tarik fisik sedangkan wanita akan menginginkan calon pendamping hidup dengan kondisi sosial ekonomi yang lebih baik darinya. Hal ini mungkin dipengaruhi oleh paparan media massa yang menampilkan keindahan visual dari para idola. Irawan dan Khuluq

(2024) juga mengatakan bahwa karena perkembangan zaman dan teknologi membuat seseorang lebih mementingkan penampilan fisik dalam memilih pasangan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Secara keseluruhan tidak terdapat pengaruh *idol worship* terhadap preferensi pemilihan pasangan. Namun, terdapat dua dimensi *idol worship* yang berpengaruh terhadap preferensi pemilihan pasangan yaitu *attachment* dan *idealization*. Lalu kriteria *idol worship* pada subjek penelitian ini termasuk sedang dengan mayoritas subjek berada pada dimensi *romantization*. Selain itu preferensi pemilihan pasangan pada subjek penelitian ini termasuk sedang dengan mayoritas subjek memilih pasangan berdasarkan daya tarik fisik.

Saran

Karena dalam penelitian ini peneliti hanya mempertimbangkan variabel *idol worship* yang mungkin saja dapat mempengaruhi preferensi pemilihan pasangan, sehingga terdapat kemungkinan yang lain yang dapat mempengaruhi preferensi pemilihan pasangan pada K-Popers wanita dewasa awal di Sumatera Barat. Sehingga, untuk peneliti selanjutnya mungkin dapat menggunakan variabel lain yang mungkin saja dapat mempengaruhi preferensi pemilihan pasangan pada K-Popers wanita dewasa awal. Selain itu juga dapat menggunakan variabel moderator ataupun mediator untuk memahami pengaruh yang lebih kompleks antar variabel.

Bagi para K-Popers diharapkan agar tidak terlalu terikat secara emosional dan menganggap idola sebagai makhluk yang sempurna yang dapat membuat standar pemilihan pasangan berdasarkan dari karakteristik dari idola yang disukai. Diharapkan para K-Popers dapat membedakan mana yang kehidupan di dunia nyata dan dunia hiburan agar dapat membangun hubungan yang lebih sehat dan realistis dalam menetapkan standar memilih pasangan.

DAFTAR REFERENSI

- Alifia, R., Haika, R., & Hasan, M. R. (2023). Tinjauan hukum Islam terhadap perilaku fangirl K-pop yang kurang minat menikah (Studi di Kota Samarinda). *Islamic Family Law Journal*, 1, 81–94.
- Aulia, N. (2019). Cinderella complex dan preferensi pemilihan pasangan hidup pada wanita dewasa awal penggemar drama Korea. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 13–21. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i1.4701>
- Azmi, P. A. B. U., & Hoesni, S. M. (2019). Gambaran preferensi pemilihan pasangan hidup pada mahasiswa Universiti Kebangsaan Malaysia. *Jurnal Fakultas Psikologi*, 13(2), 96–107.

- Blake, J. C., Purwasetiawatik, T. F., & Saudi, A. N. A. (2023). Gambaran celebrity worship pada penggemar Korean pop di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(2), 560–567. <https://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.2561>
- Buss, D. M. (2008). *Evolutionary psychology* (3rd ed.). Pearson.
- Cahyani, O. I., Zakaria, A. M., & Ghaybiyyah, F. (2022). Pengaruh celebrity worship dan kesepian terhadap kecenderungan adiksi internet pada remaja penggemar K-pop. *Jurnal Penyuluhan Agama (JPA)*, 9(2), 195–208. <https://doi.org/10.15408/jpa.v9i2.27888>
- Cheung, C. K., & Yue, X. D. (2018). Idols as sunshine or road signs: Comparing absorption-addiction idolatry with identification-emulation idolatry. *Psychological Reports*, 122(2), 411–432. <https://doi.org/10.1177/0033294118758903>
- Dewi, D. P. K. S., & Indrawati, K. R. (2019). Gambaran celebrity worship pada penggemar K-pop usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(2), 291–300. <https://doi.org/10.24843/jpu.2019.v06.i02.p08>
- Fitri, A., Rahim, R., Nurhayati, Aziz, Pagiling, S. L., Natsir, I., Munfarikhatin, A., Simanjuntak, D. N., Hutagaol, K., & Anugrah, N. E. (2023). *Dasar-dasar statistika untuk penelitian*. Yayasan Kita Menulis.
- Fitri, S. M., & Putri, G. S. (2024, Maret 9). Angka pernikahan di Indonesia terendah, begini kata anak muda di Semarang. *Kompas*. <https://regional.kompas.com/read/2024/03/09/101817778/angka-pernikahan-di-indonesia-terendah-begini-kata-anak-muda-di-semarang?page=all>
- Fitriana, V. S., & Sari, I. F. (2024). Fenomena celebrity worship dan penundaan pernikahan di kalangan penggemar K-pop: Perspektif hukum Islam di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Antologi Hukum*, 4(2), 367–386. <https://doi.org/10.21154/antologihukum.v4i2.4089>
- Irawan, Y. S., & Khuluq, A. H. (2024). Dampak Korean wave terhadap kriteria memilih pasangan hidup pada penggemar Muslim (Studi kasus penggemar K-pop di Lampung). *Al-Mabsut: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 18(2), 267–282. <https://doi.org/10.56997/almabsutjurnalstudiislamdansosial.v18i2.1528>
- Laksono, A. P., & Noer, A. H. (2021). Idolaku, sumber intimacy-ku: Dinamika celebrity worship dan tugas perkembangan dewasa awal pecinta K-pop. *Jurnal Psikologi*, 17(2), 139–150. <https://doi.org/10.24014/jp.v17i2.12837>
- Liu, J. K. (2013). Idol worship, religiosity, and self-esteem among university and secondary students in Hong Kong. *CityU Institutional Repository*.
- Maryani, T., Handayani, N. S., & Julianti, A. (2024). Studi pada wanita bekerja yang belum menikah dalam memilih pasangan hidup. *Arjwa: Jurnal Psikologi*, 3(1), 13–27. <https://doi.org/10.35760/arjwa.2024.v3i1.9873>
- Nopela, M., Hanum, S. H., Nopianti, H., & Almubaroq, H. Z. (2023). Tren preferensi calon pasangan hidup berdasarkan jenis kelamin. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 51–60. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.51-60>
- Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2009). *Human development* (11th ed.). McGraw-Hill.
- Qairani, S. (2023). *Pengaruh celebrity worship terhadap preferensi pemilihan pasangan hidup pada individu dewasa awal penggemar K-pop di Malang Raya* (Skripsi, Universitas

Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim). <http://etheses.uin-malang.ac.id/48823/7/19410087.pdf>

- Rahmawati, I. C., & Hermina, C. (2024). Interaksi parasosial pada penggemar K-pop di Kalimantan Selatan. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 15–26. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2821>
- Rain, M., & Mar, R. A. (2021). Adult attachment and engagement with fictional characters. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(9), 2792–2813. <https://doi.org/10.1177/02654075211018513>
- Raviv, A., Bar-Tal, D., Raviv, A., & Ben-Horin, A. (1996). Adolescent idolization of pop singers: Causes, expressions, and reliance. *Journal of Youth and Adolescence*, 25(5), 631–650. <https://doi.org/10.1007/BF01537358>
- Rosalinda, I., & Michael, T. (2019). Pengaruh harga diri terhadap preferensi pemilihan pasangan hidup pada wanita dewasa awal yang mengalami quarter-life crisis. *JPPP – Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*, 8(1), 20–26. <https://doi.org/10.21009/jppp.081.03>
- Santrock, J. W. (2019). *Life-span development* (17th ed.). McGraw-Hill Education.
- Siswoyo, A. O., Daranindra, K. C., & Abidin, Z. (2024). Relasi parasosial pada perempuan dewasa awal penggemar idola K-pop. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(1), 198–206. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i1.4966>
- Thahir, A. (2018). *Psikologi perkembangan*. Aura Publishing.
- Townsend, J. M., & Roberts, L. W. (1993). Gender differences in mate preference among law students: Divergence and convergence of criteria. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 127(5), 507–528. <https://doi.org/10.1080/00223980.1993.9914888>
- Utami, M. P., & Kusuma, R. S. (2025). *Keterikatan romantis dalam hubungan parasosial para penggemar K-pop* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta). <https://eprints.ums.ac.id/130009/>