

Pengaruh *Celebrity Worship* Terhadap *Psychological Well-Being* Pada Dewasa Awal Di Indonesia.

Virna Annisya Charisma¹ & Lavenda Gesicha²

^{1,2}Fakultas Psikologi UGM

Abstrak

Celebrity worship mengacu pada ketertarikan yang kuat terhadap tokoh-tokoh terkenal seperti selebriti, artis, atlet atau bahkan tokoh politik. Seseorang dengan *celebrity worship* cenderung terlalu fokus pada idolanya dan sering kali merasakan hubungan yang mendalam dengan mereka meskipun tidak mengenal mereka secara pribadi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *celebrity worship* terhadap *psychological well-being* individu dewasa awal di Indonesia. Partisipan dari penelitian ini adalah 195 individu dewasa awal berusia 18-25 tahun yang memiliki selebriti idola selama minimal satu tahun. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kuantitatif non-eksperimental. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa *Ryff's Psychological Well-Being Scales* dan *Celebrity Attitude Scales* yang disebar melalui media *Google Form*. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa *celebrity worship* berpengaruh positif terhadap *psychological well-being* individu dewasa awal di Indonesia. Temuan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman terkait pengaruh fenomena *celebrity worship* di Indonesia dan memfasilitasi pengembangan intervensi dan strategi konseling yang memanfaatkan aspek-aspek positif dari *celebrity worship*.

Kata kunci: *celebrity worship*, *dewasa awal*, *psychological well-being*

Abstract

Celebrity worship refers to a strong attraction for famous figures such as celebrities, artists, athletes or even political figures. A person with *celebrity worship* tends to focus too much on their idol and often feels a deep connection with them despite not knowing them personally. The purpose of this study is to determine the effect of *celebrity worship* on *psychological well-being* of early adult individuals in Indonesia. The participants of this study are early adult individuals aged 18-25 years old who have *celebrity* idols for at least one year. The research method used is a quantitative non-experimental approach. This study used instruments the *Ryff's*

Psychological Well-Being Scales and the Celebrity Attitude Scales distributed through Google Form. The results of simple linear regression analysis show that celebrity worship has a positive role in the psychological well-being of early adults in Indonesia. The findings are expected to increase understanding regarding the influence of celebrity worship phenomenon in Indonesia and facilitate the development of interventions and counseling strategies that capitalize on the positive aspects of celebrity worship.

Keywords: celebrity worship, early adulthood, psychological well-being