

## Gambaran *Celebrity Worship* Pada Suporter Sepak Bola

Anisha Indah Pratiwi<sup>1</sup>, Novendawati Wahyu Sitasari<sup>2</sup>, Safitri M<sup>3</sup>.  
Fakultas Psikologi, Universitas Esa Unggul  
Jl. Arjuna Utara no. 9 Kebun Jeruk, Jakarta 11510  
[anishaindahp22@yahoo.com](mailto:anishaindahp22@yahoo.com)

### Abstract

Along with many people who are fond of the sport of football, this sport has become very popular. The existence of this sport also does not escape the support of football supporters and the athletes themselves. Football athletes who have talent and other things that can attract attention are thought to be able to make individual supporters perform celebrity worship. **Purpose:** The purpose of this study was to determine the description of celebrity worship based on levels or dimensions and to know the description of celebrity worship based on supporting data on football supporters. **Methods:** The method in this research is descriptive-quantitative which is non-experimental. The sampling technique for this research is non-probability sampling with a purposive sampling method. The sample in this study amounted to 100 respondents. The measuring instrument for celebrity worship 34 is a valid item and the reliability coefficient ( $\alpha$ ) is 0.954. The results of the z-score test with the dominant dimension are the analytical tool in this study. **Results:** The results showed that football supporters were at most at the borderline pathological stage, and at least at the intense personal stage. Male football supporters, middle adult age, last junior high school education, and soccer supporters who watch soccer matches themselves are at the highest in the borderline pathological stage. Meanwhile, supporters with the latest undergraduate education mostly do celebrity worship at the social entertainment stage.

**Keywords:** *Celebrity worship, Supporters, Football*

### Abstrak

Seiring dengan banyaknya masyarakat yang gemar dengan olahraga sepak bola, membuat olahraga ini menjadi sangat populer. Eksistensi olahraga ini juga tidak luput dari adanya dukungan suporter sepak bola maupun para atletnya sendiri. Atlet sepak bola yang memiliki bakat dan hal lain yang dapat menarik perhatian dapat membuat individu suporter melakukan *celebrity worship*. **Tujuan:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran *celebrity worship* berdasarkan tingkatan atau dimensi dan mengetahui gambaran *celebrity worship* berdasarkan data penunjang pada suporter sepak bola. **Metode:** Metode pada penelitian ini adalah deskriptif-kuantitatif yang sifatnya non-eksperimental. Teknik pengambilan sampel penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Alat ukur *celebrity worship* 34 aitem valid dan koefisien reliabilitas ( $\alpha$ ) 0,954. Hasil uji *z-score* dengan dimensi dominan adalah sebagai alat analisis pada penelitian ini. **Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa suporter sepak bola berada paling banyak pada tingkatan *borderline pathological*, dan paling sedikit berada pada tingkatan *intense personal*. Suporter sepak bola berjenis kelamin laki-laki, usia dewasa muda, pendidikan terakhir SMP, dan suporter sepak bola yang menonton pertandingan bola sendiri berada paling tinggi pada tingkat *borderline pathological*. Sedangkan suporter dengan pendidikan terakhir S1 paling banyak melakukan *celebrity worship* pada tingkat *entertainment social*.

Kata kunci: *Celebrity worship, Suporter, Sepak bola*

### Pendahuluan

Sepak bola merupakan salah satu cabang olahraga populer. Sepak bola memiliki empat miliaran orang penggemar dari seluruh dunia, yang menjadikan sepak bola menjadi olahraga terpopuler di urutan pertama, kemudian ada olahraga kriket, hoki, tenis, dan bola voli di peringkat lima besar teratas (Shvili, 2020). Selain itu terdapat survey yang dilakukan Nielsen Sports pada tahun 2020 di Indonesia, sepak

bola menjadi olahraga populer urutan kedua dengan jumlah 68% masyarakat menyukai sepak bola setelah bulu tangkis sebanyak 71% (Puspa, 2020). Kemudian, terdapat dalam survei yang dilakukan Repucom 2013 Indonesia menjadi penggemar bola urutan ke-dua di dunia atau sebanyak 77% dari seribu penduduk berusia 16-69 tahun menggemari bola (Survei: Indonesia Pencinta Bola Nomor Dua Di Dunia, 2014). Kepopuleran sepak bola juga

didukung dari hasil survei nasional Alvara Research Center pada Mei 2018 dengan 1200 responden menunjukkan bahwa, sebanyak 534 responden dengan usia 20-35 tahun memilih sepak bola menjadi cabang olahraga kegemaran. Data lain menunjukkan bahwa, pada usia 6-20 tahun sebanyak 50,7% menyukai sepak bola (Semakin Muda Usia Kian Senang Olahraga, 2018).

Kepopuleran sepak bola tidak hanya dapat dilihat dari penggemarnya saja, namun juga dari klub olahraga sepak bola itu sendiri. Seperti pada riset *The Global Digital Football Benchmark* menunjukkan enam klub asal Indonesia masuk dalam daftar 200 klub bola populer di dunia. Riset tersebut berdasarkan dari jumlah total pengikut media sosial seperti facebook, twitter, instagram, youtube, dan lainnya. Diantaranya ada klub Persib Bandung berada pada tingkat ke-23 dunia dengan pengikut sejumlah 15,9 juta, Persija Jakarta diposisi ke-55 di dunia dengan 5,1 juta komunitas penggemar, dan Arema FC pada posisi ke 107 yang memiliki 2,3 juta penggemar digital (Apriliani, 2019). Hal ini memberi informasi bahwa kepopuleran sebuah klub sepak bola membutuhkan peran penggemar untuk mendukung kemajuan klub atau yang disebut dengan suporter.

Suporter menurut Chaplin (2008) berdasarkan dari kata *support* yang berarti dukungan. Serta terdapat dua arti yang penting, pertama *support* berarti mengatakan atau menyediakan sesuatu untuk memahami kebutuhan orang lain. Yang kedua, *support* sebagai pemberian dorongan atau pengorbanan semangat dan nasihat kepada orang lain dalam satu situasi pembuatan keputusan.

Menjadi suporter sepak bola yang aktif dalam berkegiatan sebagai seorang suporter adalah bentuk dari pemberian dukungan terhadap atlet maupun klub sepak bola yang diidolakan. Wann (dalam Prasetyo, 2018) menjelaskan bahwa suporter merupakan pribadi-pribadi yang aktif secara fisik, politik, dan sosial. Hal yang membuat individu merasa bahagia dengan menjadi suporter olahraga yaitu, menggemari tim yang sukses dan mengidentifikasi dirinya dengan tim tersebut (Wann dalam Khalika, 2018).

Menurut KBBI (2016), Atlet merupakan olahragawan terutama yang mengikuti perlombaan atau pertandingan (kekuatan, ketangkasan, dan kecepatan). Dari aksi seorang atlet saat berlomba ataupun tanding, dapat menarik kekaguman orang lain atas kemampuan yang dimiliki maupun dari rupa sang atlet, hingga membuat atlet tersebut diidolakan dan terkenal dimasyarakat. Orang yang terkenal atau masyhur disebut juga dengan selebritas (KBBI, 2016). Dijelaskan oleh Boorstin (dalam

Shofa, 2017) bahwa selebritas adalah seseorang yang terkenal. Selebritas dapat berasal dari beragam bidang, seperti pada bidang politik, religi, musik, olahraga, dan hiburan lainnya yang dianggap populer. Selebritas adalah individu yang populer yang dikenal masyarakat, yang pada umumnya terkenal melalui media karena mempunyai bakat yang menonjol ataupun memiliki hal unik yang memikat perhatian (Young & Pinsky, 2006). Contohnya atlet yang menjadi selebriti karena bakat dan kecakapan dalam bidang olahraga.

Didukung dengan perkembangan media massa saat ini, penggemarpun tidak hanya dapat menikmati aksi dan prestasi idolanya saja, namun aktivitas keseharian sang idola juga mendapat perhatian dari publik. Hal ini berkontribusi memicu orang lain atau masyarakat untuk semakin mengidolakan dan memutuskan untuk bergabung dalam kelompok atau komunitas masyarakat penggemar atlet. Dalam hal ini komunitas masyarakatnya yaitu suporter sepak bola, yang mana suporter sepak bola merupakan penggemar dari atlet olahraga sepak bola.

Suporter sepak bola tidak dapat dilepaskan dari setiap laga pertandingan bola. Suporter memberi dorongan semangat untuk para pemain sepak bola dengan cara hadir pada setiap laga pertandingan yang berada di dalam kota, luar kota, maupun luar negeri. Loyalitas komunitas suporter dibuktikan dari sebelum pertandingan hingga selesai. Seperti yang terlihat dari akun instagram U, sebagai suporter sebelum pertandingan mempersiapkan hal-hal seperti mencari tiket, membuat atau latihan nyanyian-nyanyian penyemangat, menyiapkan alat musik seperti drum, dan membuat bendera. Saat pertandingan, suporter akan terus berdiri selama pertandingan berlangsung, bernyanyi tiada henti guna memberi semangat, mengenakan atribut seperti baju, membawa bendera dan simbol, hingga melakukan *body painting*. Tidak hanya itu, setelah pertandingan usai, suporter pun akan melakukan bersih-bersih tribun.

Perilaku suporter terkadang tidak selalu memberi dampak yang menyenangkan terhadap idolanya, seperti dalam Fadhillah (2019) terdapat kasus suporter yang membuat Kevin Brands pesepak bola Bali United risih atas perlakuan suporter yang ricuh hingga menarik baju untuk berfoto dengan atletnya meski saat itu ia sedang bersama dengan keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa penggemar dapat berbuat kurang menyenangkan terhadap atletnya demi memiliki foto bersama.

Pada kasus lain, Kristian Adelmund pesepak bola yang pernah bermain untuk Persela Lamongan, PSIM Yogyakarta, dan PSS Sleman sering mendapat pertanyaan dari penggemar perempuannya apakah Adelmund ingin pulang bersama dengan penggemar

perempuan tersebut. Bahkan, Adelmund pun sampai pernah ditawarkan uang agar ia mendonorkan spermanya. Keinginan penggemarnya untuk membeli dengan harga ratusan juta hingga miliaran rupiah ia selalu tolak karena adanya peraturan pemerintah (Restudia, 2018). Pada kasus ini pun menunjukkan bahwa penggemar dapat berperilaku melewati batas tanpa memperhatikan adanya peraturan pemerintah yang berlaku.

Berdasarkan aktivitas yang dilakukan suporter di atas, dapat dilihat bahwa suporter memberikan dukungannya hingga menghabiskan banyak waktu, tenaga, dana, hingga ada yang bertindak melanggar hukum. Perilaku pemujaan yang berlebihan terhadap idolanya, hingga “tergila-gila” itu disebut juga *Celebrity Worship*.

*Celebrity Worship* menurut Maltby dan Day (2011) merupakan hubungan parasosial, yaitu hubungan satu-arah yang mana individu tersebut mengetahui idolanya, akan tetapi sang idola tidak mengetahui individu itu. *Celebrity Worship* merupakan perilaku obsesif, dimana individu berupaya agar selalu terlibat dalam kehidupan idola hingga terkadang ikut terbawa pada kehidupan sehari-hari sang idola (Maltby *et al.*, 2005). Hal ini digambarkan oleh perilaku suporter yang melakukan *celebrity worship* terhadap klub sepak bola yang ditandai dengan selalu terlibat dalam kegiatan klub sepak bola, mulai dari mencari informasi tentang perkembangan klub sepak bola di sosial media, grup *chatting* suporter, datang menonton pada sesi latihan, hingga hadir dalam acara-acara yang berhubungan dengan klub sepak bola.

Maltby dan Day (2011) menjelaskan *celebrity worship* ke dalam 3 kategori tingkatan, yaitu *Entertainment social*, *Intense personal* dan *Borderline pathological*. Ditingkatan *Entertainment social*, pemuja selebritas memperlihatkan ketertarikan yang kuat terhadap figur idola dan kegiatan yang dilakukan dijadikan konsumtif hiburan sosial. Pada tingkat *Intense personal*, pemuja selebritas berkeyakinan kuat bahwa ia dapat memiliki hubungan dekat atau khusus dengan figur idolanya. Dan di tingkat *Borderline pathological*, pemuja selebritas memiliki obsesi untuk mencari lebih spesifik terkait kehidupan pribadi sang idola dan rela melakukan segala sesuatu demi sang idola, walaupun hal tersebut melanggar hukum.

Seorang suporter dengan *celebrity worship* di tingkat *Entertainment social*, individu menjadikan idolanya sebagai hiburan untuk kesenangan diri dengan cara mengetahui kehidupan selebritas idolanya, lebih fokus dengan berita tentang klub sepak bola idolanya dibanding dengan kabar berita lainnya, mencari jadwal pertandingan sepak bola yang ia idolakan, selalu mengakses sosial media

untuk *update* informasi, sering bertukar ide dengan sesama suporter untuk membuat inovasi dalam memberi *support*, dan senang berkumpul dengan teman-teman untuk menceritakan tentang klub sepak bola yang disukai. Seorang suporter dengan tingkat *celebrity worship* di tingkat *Intense personal* mempunyai perasaan yang impulsif terhadap idolanya, mengibaratkan kesuksesan maupun kegagalan klub sepak bola idola sebagai suatu yang akan berpengaruh pada dirinya, mencari tahu lebih dalam *profile* pemain dari klub sepak bola, hingga merasa dapat melupakan segala permasalahan saat menonton pertandingan. Seorang suporter dengan tingkatan *celebrity worship* di tingkat *Borderline pathological* mempunyai kecenderungan melanggar hukum diduga seperti pada kasus di atas penggemar perempuan yang meminta donor sperma, individu tersebut sulit mengontrol fantasinya terhadap sang idola, mengikuti dimanapun pertandingan berlangsung meski itu di luar daerah dengan jarak yang jauh, tidak peduli dengan biaya yang dikeluarkan, rela nonton desak-desakan, nekat menonton pertandingan meski ada larangan, dan tidak segan melakukan pemberontakan jika klub bola yang diidolakan mendapatkan ketidakadilan.

*Celebrity worship* dapat berdampak positif atau negatif untuk suporter maupun idolanya. Melakukan *celebrity worship* dengan sewajarnya dapat berdampak positif seperti, suporter mendapat rasa bahagia karena dapat mendukung idolanya, meningkatkan hubungan antara individu dengan lingkungan sosialnya dan pesepak bola idola memberi inspirasi agar semangat mengejar kegiatan tertentu. Begitu pula pada pesepak bola yang mendapat semangat bertanding karena mendapat dukungan dari para suporter. Suporter dengan idola memiliki hubungan mutualisme merupakan syarat agar dapat berjalan dengan baik industri persepakbolaan (Suporter Indonesia (Tidak Berkontribusi Kepada Industri Sepakbola, 2019).

Suporter yang melakukan *celebrity worship* berlebihan mengakibatkan kerugian pada suporter, idola, maupun lingkungan (jika terjadi ricuh akan mengakibatkan kerusakan pada fasilitas umum). Contohnya seperti, suporter yang mengharapkan idolanya menang, sehingga oknum suporter melakukan tindakan curang dengan mengganggu dengan diarahkannya laser ke arah wajah pemain lawan, masuk ke dalam lapangan, menyalakan kembang api atau *flare* hingga suporter yang melakukan perbuatan dan perkataan yang tidak pantas seperti rasis akan ditindak dan berdampak pemberian hukuman. Hukuman berupa denda sejumlah uang dan sanksi yang dapat berupa tidak diizinkan menjadi tuan rumah pertandingan ataupun bermain tanpa suporter. Bermain tanpa suporter

yang berarti mengurangi pemasukan dari pembelian tiket. Untuk suporter juga tidak ingin kehilangan momen untuk mendukung idolanya. Karena merasa kemenangan atau kegagalan idola mewakili dirinya, *celebrity worship* yang tinggi juga akan berdampak pada rendahnya harga diri (Frederika dkk., 2015), memiliki rendahnya *body image* (Maltby et al., 2005) dan kecenderungan narsistik (Ashe et al., 2005).

Berdasarkan wawancara, pernyataan C diduga menunjukkan bahwa C memiliki *celebrity worship* di tingkat *Borderline pathological* dengan menunjukkan kecenderungannya untuk mengetahui perkembangan klub sepak bola dan pemain yang diidolaknya, menghabiskan banyak waktu dan cenderung abai dengan tanggung jawabnya sebagai pekerja demi kegiatannya menjadi suporter seperti bersedia melakukan apapun demi sesuatu kebanggaannya, dalam hal ini C bersedia berkorban waktu dan kepentingan pribadinya untuk kegiatan suporter, C ikut merasakan kegagalan dan kemenangan klub, hingga melakukan hal lebih serius seperti ikut pemboikotan pertandingan dan tetap menghadiri pertandingan meskipun mendapat pelarangan dari federasi.

Berdasarkan hasil wawancara, D diduga termasuk ke dalam anggota yang memiliki *celebrity worship* di tingkat *Entertainment social*, karena memandang segala acara suporter dan kegiatan-kegiatan figur yang diidolakan sebagai konsumtif hiburan sosial upaya penyegaran dari rutinitas saja. Berdasarkan wawancara di atas dapat diketahui bahwa suporter memiliki tingkatan *celebrity worship* yang berbeda-beda. Ketika suporter memiliki *celebrity worship* pada tingkat *Entertainment social*, ia akan cenderung menampakkan daya tarik terhadap selebritas idolanya dan membuat aktifitas yang dilakukan sang idola sebagai konsumtif hiburan sosial. Seperti, mengikuti dan berbagi berita terbaru, serta tidak harus menonton pertandingan secara langsung. Pada tingkat *Intense personal*, suporter mulai mempunyai keyakinan yang kuat bahwa ia dapat menjalin kedekatan dengan idolanya atau mempunyai hubungan yang khusus dengan idolanya. Ditunjukkan dengan mencari detail *profile* idola dan dapat mengejek suporter lawan demi mendukung idola. Dan di tingkat *Borderline pathological*, suporter mulai memiliki obsesi untuk mencari lebih spesifik perihal kehidupan pribadi idolanya dan bersedia melakukan segala sesuatu untuk idolanya walaupun hal tersebut melanggar hukum. Seperti, tetap mendukung idola dalam situasi apapun dan berani membela klub yang diidolakan ketika mendapat ketidakadilan.

Berdasarkan kondisi penelitian ini terkait dengan ketidakmampuan dalam mengontrol diri,

didukung oleh dengan hasil penelitian Usman (2018) mengenai hubungan antara kontrol diri dengan memuja selebritas pada remaja The Maczman Makassar menyatakan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan, negatif, dan berkorelasi sedang antara kontrol diri dengan *celebrity worship* pada remaja The Maczman di Makassar yaitu terdapat hubungan yang arahnya berlawanan, semakin rendah kontrol diri remaja The Maczman Makassar maka semakin tinggi *celebrity worship* atau semakin tinggi kontrol diri remaja The Maczman Makassar maka semakin rendah *celebrity worship*.

Perbedaan penelitian ini dibandingkan dengan penelitian yang lain dapat dilihat pada pemilihan subjek dan variabel. Di Indonesia, belum banyak yang melaksanakan penelitian mengenai *celebrity worship* yang menggunakan suporter sepak bola. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran dari tingkatan *celebrity worship* pada suporter sepak bola.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif non-eksperimental. Dengan metode deskriptif, untuk mengetahui gambaran *celebrity worship* pada suporter sepak bola. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 suporter dengan karakteristik sampel yaitu individu yang bergabung dengan suatu klub suporter sepak bola, suporter sepak bola yang pernah menonton pertandingan langsung di stadion dan mengenakan atribut. Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala Likert.

Dalam penelitian ini menggunakan *Construct Validity* dengan rumus *Pearson Product Moment* dengan besaran korelasi aitem dikatakan valid jika  $r \geq 0,3$ . Alat ukur reliabilitas dalam penelitian ini akan di uji dengan teknik *Internal Consistency* dengan menggunakan *Alpha Cronbach* dengan  $\alpha$  ( $\alpha$ ) dikatakan reliabel jika  $\alpha \geq 0,70$  (Sugiyono, 2017).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu frekuensi untuk melihat gambaran yang menyeluruh mengenai sampel penelitian jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, dan bersama dengan siapa menonton pertandingan bolanya. Kemudian, gambaran kategorisasi *celebrity worship* didapat berdasarkan dimensi *celebrity worship* yang dominan, yaitu dengan melakukan uji *Z-score*. Selanjutnya, untuk mengetahui gambaran kategori *celebrity worship* pada suporter sepak bola dengan data penunjang berupa jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, dan bersama dengan siapa menonton pertandingan bolanya maka dilakukan *crosstab*.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah berupa skala CAS (*Celebrity Attitude Scale*) yang mengadaptasi dari penelitian Sitasari (2016) dengan reliabilitas ( $\alpha$ ) = 0,91 dengan 34 aitem yang valid.

### Hasil dan Pembahasan

Hasil uji reliabilitas alat ukur *celebrity worship* memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,954. Berdasarkan hasil uji validitas pada skala *celebrity worship*, diperoleh 34 aitem yang valid dari jumlah 45 aitem.

Tabel 1  
*Gambaran Jenis Kelamin Responden*

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	74	74%
Perempuan	26	26%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa responden didominasi oleh responden laki-laki yang berjumlah 74 orang (74%), sedangkan responden perempuan berjumlah 26 orang (26%).

Tabel 2  
*Gambaran Usia Responden*

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Dewasa Awal	97	97%
Dewasa Madya	3	3%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 2 terlihat bahwa responden paling banyak pada usia dewasa awal berjumlah 97 orang (97%) dan usia dewasa madya berjumlah 3 orang (3%).

Tabel 3  
*Gambaran Latar Belakang Pendidikan*

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
SMP	8	8%
SMA/SMK/Sederajat	49	49%
D3	11	11%
S1	32	32%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 3 terlihat bahwa responden memiliki latar belakang pendidikan paling banyak ditingkat SMA/SMK/Sederajat berjumlah 49 orang (49%), diikuti tingkat pendidikan S1 berjumlah 32 orang (32%), tingkat pendidikan D3 berjumlah 11 orang (11%), dan ditingkat pendidikan SMP berjumlah 8 orang (8%).

Tabel 4

*Gambaran Responden Nonton Pertandingan Bola Bersama Siapa*

Nonton pertandingan bola bersama siapa	Frekuensi	Persentase (%)
Sendiri	1	1%
Teman Dekat	52	52%
Kelompok Jumlah Besar	47	47%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4 terlihat bahwa responden paling banyak menonton pertandingan bola bersama teman dekat berjumlah 52 orang (52%), menonton bersama kelompok dalam jumlah besar berjumlah 47 orang (47%) dan menonton pertandingan bola sendiri berjumlah 1 orang (1%).

Tabel 5  
*Hasil Dimensi Dominan*

<i>Celebrity Worship</i>	Frekuensi	Persentase (%)
<i>Entertainment social</i>	32	32%
<i>Intense personal</i>	24	24%
<i>Borderline pathological</i>	44	44%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 5 dari hasil uji *z-score* dapat dilihat bahwa suporter sepak bola memiliki *celebrity worship* paling banyak terdapat pada katagori *borderline pathological* dengan jumlah 44 orang (44%), *entertainment social* berjumlah 32 orang (32%) dan *intense personal* 24 orang (24%).

Tabel 6  
*Gambaran Celebrity Worship Ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin*

<i>Celebrity Worship</i>	Jenis Kelamin		Total
	Laki-Laki	Perempuan	
<i>Entertainment Social</i>	23 (31,3%)	9 (34,6%)	32 (32,0%)
<i>Intense Personal</i>	18 (24,3%)	6 (23,1%)	24 (24,0%)
<i>Borderline Pathological</i>	33 (44,6%)	11 (42,3%)	44 (44,0%)
Total	74 (100%)	26 (100%)	100 (100,0%)

Berdasarkan tabel 6 bahwa suporter sepak bola yang berjenis kelamin laki-laki paling banyak yang melakukan *celebrity worship* pada tingkat *borderline pathological* sebanyak 33 orang (44,6%), diikuti *entertainment social* sebanyak 23 orang (31,3%) dan *intense personal* sebanyak 18 orang (24,3%). Sedangkan suporter sepak bola yang berjenis kelamin perempuan paling banyak melakukan *celebrity worship* pada tingkat *borderline*

*pathological* sebanyak 11 orang (42,3%), diikuti *entertainment social* sebanyak 9 orang (34,6%) dan *intense personal* sebanyak 6 orang (23,1%). Jadi, suporter sepak bola baik berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan paling banyak merasakan *celebrity worship* di tingkat *borderline pathological*.

Tabel 7  
Gambaran Celebrity Worship Berdasarkan Usia

Celebrity Worship	Usia		Total
	Dewasa Awal	Dewasa Madya	
Entertainment Social	31 (32,0%)	1 (33,1%)	32 (32,0%)
Intense Personal	24 (24,7%)	0 (0,0%)	24 (24,0%)
Borderline Pathological	42 (43,3%)	2 (66,7%)	44 (44,0%)
Total	97 (100,0%)	3 (100,0%)	100 (100,0%)

Berdasarkan dari data tabel 7 bahwa suporter sepak bola yang berusia dewasa awal (18-40 tahun) paling banyak yang melakukan *celebrity worship* pada tingkat *borderline pathological* sebanyak 42 orang (43,3%), diikuti *entertainment social* sebanyak 31 orang (32,0%) dan *intense personal* sebanyak 24 orang (24,7%). Sedangkan suporter sepak bola yang berusia dewasa madya (40-60 tahun) paling banyak melakukan *celebrity worship* pada tingkat *borderline pathological* sebanyak 2 orang (66,7%), diikuti *entertainment social* sebanyak 1 orang (33,1%) dan *intense personal* sebanyak 0 orang (0,0%). Jadi, suporter sepak bola yang berusia dewasa awal (18-40 tahun) dan dewasa madya (40-60 tahun), keduanya paling banyak merasakan *celebrity worship* di tingkat *borderline pathological*.

Tabel 8

Gambaran Celebrity Worship Ditinjau Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Celebrity Worship	Latar Belakang Pendidikan				Total
	SMP	SMA/SMK/Sederajat	D3	S1	
Entertainment Social	0 (0,0%)	17 (34,7%)	0 (0,0%)	15 (46,9%)	32 (32,0%)
Intense Personal	2 (25,0%)	10 (20,4%)	4 (36,4%)	8 (25,0%)	24 (24,0%)
Borderline Pathological	6 (75,0%)	22 (44,9%)	7 (63,6%)	9 (28,1%)	44 (44,0%)
Total	8 (100%)	49 (100%)	11 (100%)	32 (100%)	100 (100%)

Berdasarkan dari data tabel 8 bahwa suporter sepak bola dengan tingkat pendidikan terakhir SMP paling banyak yang melakukan *celebrity worship* pada tingkat *borderline pathological* sebanyak 6 orang (75,0%), diikuti *intense personal* sebanyak 2 orang (25,0%) dan *entertainment social* sebanyak 0 orang (0,0%). Suporter sepak bola dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK/Sederajat paling banyak melakukan *celebrity worship* pada tingkat *borderline pathological* sebanyak 22 orang (44,9%), diikuti *entertainment social* sebanyak 17 orang (34,7%) dan *intense personal* sebanyak 10 orang (20,4%). Suporter sepak bola dengan tingkat pendidikan terakhir D3 paling banyak melakukan *celebrity worship* pada tingkat *borderline pathological* sebanyak 7 orang (63,6%), diikuti *intense personal* sebanyak 4 orang (36,4%) dan *entertainment social* sebanyak 0 orang (0,0%). Sedangkan suporter sepak bola dengan tingkat pendidikan terakhir S1 paling banyak melakukan *celebrity worship* pada tingkat *entertainment social* sebanyak 15 orang (46,9%), diikuti *borderline pathological* sebanyak 9 orang (25,0%) dan *intense personal* sebanyak 8 orang (25,0%). Jadi, suporter sepak bola dengan tingkat pendidikan terakhir SMP, SMA/SMK/Sederajat dan D3, ketiganya paling banyak merasakan *celebrity worship* di tingkat *borderline pathological*. Sedangkan, di tingkat pendidikan terakhir S1 paling banyak merasakan *celebrity worship* di tingkat *entertainment social*.

Tabel 9

*Gambaran Celebrity Worship Ditinjau Berdasarkan Nonton Pertandingan Bola Bersama Siapa*

Celebrity Worship	Nonton Pertandingan Bola Bersama Siapa			Total
	Sendiri	Teman Dekat	Kelompok Jumlah Besar	
<i>Entertainment Social</i>	0 (0,0%)	17 (32,7%)	15 (31,9%)	32 (32,0%)
<i>Intense Personal</i>	0 (0,0%)	13 (25,0%)	11 (23,4%)	24 (24,0%)
<i>Borderline Pathological</i>	1 (100,0%)	22 (42,3%)	21 (44,7%)	44 (44,0%)
Total	1 (100,0%)	52 (100,0%)	47 (100,0%)	100 (100,0%)

Berdasarkan dari data tabel 9 bahwa suporter sepak bola yang menonton pertandingan bola sendiri paling banyak yang melakukan *celebrity worship* pada tingkat *borderline pathological* sebanyak 1 orang (100,0%), diikuti *entertainment social* sebanyak 0 orang (0,0%) dan *intense personal* sebanyak 0 orang (0,0%). Suporter sepak bola yang menonton pertandingan bola bersama teman dekat paling banyak melakukan *celebrity worship* pada tingkat *borderline pathological* sebanyak 22 orang (42,3%), diikuti *entertainment social* sebanyak 17 orang (32,7%) dan *intense personal* sebanyak 13 orang (25,0%). Sedangkan suporter sepak bola yang menonton pertandingan bola bersama kelompok dalam jumlah besar paling banyak melakukan *celebrity worship* pada tingkat *borderline pathological* sebanyak 21 orang (44,7%), diikuti *entertainment social* sebanyak 15 orang (31,9%) dan *intense personal* sebanyak 11 orang (23,4%). Jadi, suporter sepak bola yang menonton pertandingan bola bersama siapapun, ia merasakan *celebrity worship* di tingkat *borderline pathological*.

## Pembahasan

Pada penelitian ini, responden yang digunakan berjumlah 100 responden suporter sepak bola. Responden yang terdapat pada penelitian ini digambarkan berdasarkan beberapa data penunjang seperti: jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, dan bersama dengan siapa menonton pertandingan bolanya.

Berdasarkan jenis kelamin, responden pada penelitian ini lebih banyak berjenis kelamin laki-laki sejumlah 74 orang (74%). Berdasarkan usia, responden pada penelitian ini lebih banyak berusia dewasa awal dengan rentang usia 18-40 tahun (Hurlock, 1996) yang berjumlah 97 orang (97%). Berdasarkan latar belakang pendidikan, responden pada penelitian ini lebih banyak yang memiliki

pendidikan terakhir jenjang SMA/SMK/Sederajat dengan jumlah 49 orang (49%). Berdasarkan nonton pertandingan bola bersama siapa, responden pada penelitian ini lebih banyak yang menonton pertandingan bola bersama teman dekat dengan jumlah 52 orang (52%).

Berdasar dari hasil pengolahan data terhadap 100 responden mengenai gambaran *celebrity worship* pada suporter sepak bola, seperti yang terdapat pada tabel 5. Pada tabel 5 tersebut diperoleh hasil bahwa suporter sepak bola lebih banyak (44%) yang merasakan *celebrity worship* ditingkat *borderline pathological*, yang mana mereka bersedia melakukan apapun demi idolanya (Maltby *et al.*, 2005). Pada tingkatan *borderline pathological*, perilaku yang tercermin pada suporter yaitu mulai terobsesi dalam mencari hal yang detail terkait idolanya, menghabiskan banyak uang, memiliki khayalan kedekatan dengan idola, serta bersikap rela melakukan apapun untuk idolanya. Pengidolaan yang berlebihan seperti ini, karena para suporter memiliki rasa kagum yang sangat besar, memandang idola sebagai sosok yang sempurna membuat suporter terlihat memiliki fantasi yang tidak terkontrol dan pikiran yang tidak masuk akal atau irasional. Tingkat *borderline pathological* menjadi dominan dikarenakan para suporter pada penelitian ini lebih banyak yang berpendidikan di bawah S1. Kurangnya pendidikan, tidak memiliki wawasan yang luas, hingga pengetahuan yang kurang ini mengakibatkan individu tidak berfikir logis dan cenderung irasional, sehingga dapat dengan mudah merasakan *celebrity worship*. Hal itu juga dinyatakan beberapa responden pada tingkat ini, yang mengatakan “saya dan kawan-kawan pernah *memboikot pertandingan karena kecewa dicurangi*”, “saya mengkhayal pemain idola saya bisa jadi pacar saya”, “teknik bermainnya yang epik, jadi penyemangat saya untuk giat latihan agar saya seperti dia”. Artinya, seseorang melakukan pemujaan terhadap idolanya, hingga terobsesi berlebihan karena memiliki rasa memiliki yang berlebihan hingga dapat berurusan dengan hukum, memiliki fantasi terhadap idolanya dan idola sebagai motivasi impiannya. Artinya, subjek kurang memiliki pikiran yang rasional dan rendahnya kemampuan kognitif atau daya pikir yang dimiliki sehingga tidak didukung dengan pemahaman mengenai alasan ia untuk melakukan pemujaan terhadap idolanya. Hal ini sejalan dengan penelitian Darfiyanti dan Putra (2012) bahwa semakin tinggi tingkat pemujaan seseorang, maka semakin tinggi juga tingkat keterlibatan dengan sosok yang diidolakan. Responden yang memuja atletnya karena talenta yang dimiliki sesuai dengan penelitain Darfiyanti dan Putra (2012) yakni, alasan awal

melakukan pemujaan terhadap idola karena talenta dan atau fisik dari sang idola. Penelitian Boon dan Lomore (dalam Sheridan *et al.*, 2007) menemukan bahwa 58,7% dari mahasiswa itu percaya bahwa selebriti idola mereka telah memengaruhi sikap dan keyakinan mereka atau telah mengilhami mereka untuk mengejar kegiatan tertentu. Yang berarti pemujaan terhadap selebriti juga memiliki dampak positif. Responden yang menjadikan idolanya sebagai *support system* mengungkapkan terdapatnya *secondary attachment*. Pada *secondary attachment* dijelaskan tentang terdapatnya dua tipe utama yaitu kelekatan romantis dan kelekatan identifikasi (Greene & Adams-Price, 1990). Responden yang memiliki kelekatan romantis yang kuat akan memimpikan dirinya sebagai pasangan idola. Sedangkan, responden dengan kelekatan identifikasi menjadikan idola sebagai perantara untuk membentuk nilai dan aturan yang dimiliki oleh individu. Dalam penelitian ini, responden mengatakan mempunyai perasaan yang dekat dengan idola seperti mengkhayalkan idola sebagai pasangannya, dan terdapat pula yang menjadikan idola sebagai perantara dalam membangun nilai yang dimiliki diri responden.

Berdasarkan hasil *crosstab* yang terdapat pada tabel 6 antara *celebrity worship* dengan jenis kelamin, terlihat supporter sepak bola yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan paling banyak yang melakukan *celebrity worship* berada pada tingkat *borderline pathological*. Yang berarti, jenis kelamin laki-laki maupun perempuan tidak mempengaruhi seseorang untuk merasakan *celebrity worship* dengan kata lain memiliki kesempatan yang sama untuk melakukan pemujaan selebriti. tingginya tingkat *celebrity worship* pada penelitian ini dikarenakan respondennya memang supporter yang fanatik. Dengan adanya fanatisme baik laki-laki dan perempuan terhadap idolanya, maka akan melakukan apapun meski tidak rasional, menganggap apa yang dilakukan idola adalah hal yang benar sehingga jika ada orang lain yang berbeda pandangan tidak sungkan untuk menyalahkannya, dan bersemangat dalam mengejar tujuan yang ingin dicapai. Chaplin (2008) bahwa fanatik yaitu suatu sikap penuh semangat yang berlebihan terhadap satu pandangan atau sebab. Goddard (2001) menjelaskan bahwa fanatisme merupakan suatu keyakinan yang membuat seseorang buta sehingga mau melakukan segala macam hal apapun demi mempertahankan keyakinan yang dianutnya. Mccutcheon, Lange, dan Houran (2002) menjelaskan bahwa pada laki-laki cenderung mengidolakan selebriti dari bidang olahraga, namun pada perempuan lebih cenderung memiliki idola dari bidang hiburan, seperti musisi, pemain film dan lain-

lain. Berbeda dengan hasil penelitian Mccutcheon *et al* (2002) yang menjelaskan bahwa laki-laki secara intens lebih memiliki potensi melakukan *celebrity worship* daripada perempuan. Hal ini dapat dikarenakan baik laki-laki maupun perempuan memiliki kesempatan yang sama dalam melakukan *celebrity worship*. Didukung dengan penelitian Mandas, Suroso, dan Sukiati (2018) bahwa tidak terdapat perbedaan *celebrity worship* antara laki-laki dan perempuan, yang mana dalam melakukan pemujaan sosok idola baik laki-laki maupun perempuan menjadi sama.

Mccutcheon, Lange, dan Houran (2002) pada faktor jenis kelamin ini dijelaskan bahwa laki-laki cenderung akan mengidolakan selebriti perempuan, sedangkan perempuan akan cenderung memilih selebriti laki-laki. Namun pada penelitian ini terdapat laki-laki yang mengidolakan pesepak bola laki-laki dan juga sebaliknya perempuan yang mengidolakan pesepak bola perempuan. Hal itu juga dinyatakan beberapa responden dalam wawancara, Artinya, seseorang melakukan pemujaan terhadap idolanya karena memiliki rasa bangga dan memiliki hormat yang tinggi terhadap idola. Pemujaan merupakan sikap kagum serta penghormatan individu terhadap idolanya dengan intensitas yang berlebihan hingga sampai pada tahap sangat menghormati (Raviv *et al.*, 1996). Seperti yang dilakukan responden untuk selalu ada dekat dengan idolanya, hal ini sejalan dengan penelitian Darfiyanti dan Putra (2012) bahwa semakin tinggi tingkat pemujaan seseorang, maka semakin tinggi juga tingkat keterlibatan dengan sosok yang diidolakan. Namun, frekuensi pada penelitian ini lebih banyak berjenis kelamin laki-laki daripada perempuan, salah satunya karena tidak banyak bertemu dengan supporter perempuan, seperti pada penelitian (Usman, 2018) yang menggunakan responden laki-laki dikarenakan kurangnya jumlah anggota resmi *The Maczman* yang berjenis kelamin perempuan. Responden pada penelitian ini paling banyak berjenis kelamin laki-laki yang melakukan *celebrity worship* didukung dengan penelitian Widjaja dan Ali (2015), yang pada penelitiannya juga memiliki responden paling banyak berjenis kelamin laki-laki yang melakukan pemujaan atau *celebrity worship*.

Selanjutnya, hasil *crosstab* yang terdapat 7 antara *celebrity worship* dengan usia, supporter sepak bola yang berusia dewasa awal (18-40 tahun) dan dewasa madya (40-60 tahun), keduanya paling banyak yang melakukan *celebrity worship* pada tingkat *borderline pathological*. Karena untuk menjadi penggemar tidak memiliki batasan pada usianya, mulai dari usia anak-anak hingga lansia, semua dapat menjadi seorang penggemar yang memiliki selebriti favoritnya (Maharani dkk., dalam

Maulida dkk., 2021). Disemua lintas usia suporter melakukan *celebrity worship* dapat dikarenakan mereka berada dalam suatu komunitas suporter. Yang mana tingkah lakunya tidak hanya atas keinginan diri sendiri, namun ada tekanan dari kelompok maupun untuk terlihat sama agar dapat diterima dengan lingkungan. Individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial (Baron *et al.*, dalam Sarwono & Meinarno, 2009). Kesukaan individu terhadap idola yang membuatnya bergabung dengan komunitas memungkinkan individu untuk melakukan norma-norma yang ada dalam kelompok tersebut, dalam penelitian ini adalah individu dapat sangat bergairah melakukan dukungan terhadap idolanya karena dilakukan bersama-sama kelompok suporter sepak bola.

Penelitian Mccutcheon, Lange, dan Houran (2002) yang menemukan bahwa *celebrity worship* mencapai puncaknya pada individu dalam rentang usia 11-17 tahun, dan perlahan berkurang saat memasuki usia dewasa. Jika dari frekuensinya suporter yang menjadi responden penelitian ini lebih banyak berusia dalam rentang usia 18-40 tahun yang termasuk usia dewasa awal (Hurlock, 1996). Menurut Hurlock (1996) Individu berusia dewasa awal merupakan individu yang sudah menyelesaikan pertumbuhannya, individu memasuki periode penyesuaian diri dan siap menerima kedudukan dalam masyarakat bersama dengan orang dewasa lainnya, sedangkan dewasa madya berada pada rentang usia 40-60 tahun yang mana kondisi fisik dan psikologisnya mengalami penurunan dan biasanya sudah cukup baik dalam menentukan masalah, menjadi individu yang cukup stabil dan matang secara emosional. Pada usia ini, individu masih melakukan *celebrity worship* diduga karena gagalnya individu dalam membina hubungan sosial. Seperti yang dikatakatan responden dalam wawancara, Artinya, peran sosial media besar untuk responden hingga ia merasa dapat merasakan apa yang dialami idola. Responden berusia dewasa awal yang dapat melakukan *celebrity worship* ditingkat *borderline pathological* dikarenakan terpapar terus menerus melalui media pada selebriti idolanya yang dianggap sempurna hingga dapat mengembangkan adanya perasaan khusus yang berlebih terhadap sang idola (North *et al.*, 2007). Pada responden dewasa madya penelitian ini, beberapa alasan melakukan *celebrity worship* meskipun sudah berkeluarga dan bertanggungjawab dengan keluarganya. Yang berarti ia masih memperdulikan tentang idolanya tersebut.

Pada hasil *crosstab* yang terdapat pada tabel 8 antara *celebrity worship* dengan latar belakang pendidikan, suporter sepak bola dengan tingkat pendidikan terakhir SMP, SMA/SMK/Sederajat dan

D3, ketiganya paling banyak yang melakukan *celebrity worship* pada tingkat *borderline pathological*. Sedangkan, di tingkat pendidikan terakhir S1 paling banyak yang melakukan *celebrity worship* pada tingkat *entertainment social* sebanyak 15 orang (46,9%). Tingkat pendidikan tersebut dapat mempengaruhi individu untuk melakukan tindakan pemujaan terhadap selebriti. Individu yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung tidak akan terpikat pada selebritas (Maltby *et al.*, 2004). Individu dengan inteligensi yang tinggi akan lebih membutuhkan suatu yang bermanfaat untuk pengembangan dirinya. Woolfolk (dalam Yusuf, 2006) menjelaskan bahwa inteligensi merupakan satu atau beberapa kemampuan untuk memperoleh dan menggunakan pengetahuan dalam rangka menyelesaikan masalah dan beradaptasi dengan lingkungan. Oleh sebab itu, individu yang memiliki inteligensi tinggi dapat berfikir tentang perlu atau tidaknya ia melakukan *celebrity worship*. Sejalan dengan penelitian (McCutcheon *et al.*, 2003) yang menemukan bahwa orang dengan fungsi kognitif yang tinggi, terlindung dari jeratan fantasi mengenai selebriti dengan berbagai alasan, seperti individu tersebut menyadari bahwa sistematika selebriti pada dasarnya didesain untuk menjual suatu produk, individu mungkin lebih tertarik pada gagasan daripada sosok individu dan kepribadiannya, dan mungkin saja individu merasa bahwa individu tersebut memiliki talenta yang sama dengan selebriti yang dipromosikan oleh media dan industri hiburan.

Pada hasil *crosstab* yang terdapat pada tabel 9 antara *celebrity worship* dengan nonton pertandingan bola bersama siapa, suporter sepak bola yang menonton pertandingan bola sendiri, bersama teman dekat dan kelompok jumlah besar, ketiganya paling banyak yang melakukan *celebrity worship* pada tingkat *borderline pathological*. Artinya, ketiganya memiliki kesempatan yang sama dalam melakukan *celebrity worship*. Ketika ia menonton sendiri, berarti ia tidak sungkan untuk melakukan kesukaannya sendirian, Ketika ia bersama teman dekatnya maupun kelompok jumlah besar, ia akan merasakan perasaan yang nyaman karena kesukaannya ada dukungannya oleh lingkungan karena mereka melakukannya bersama-sama dengan kata lain "saya ada temannya" meskipun lingkungan tersebut bukan lingkungan aktifitas tanggung jawabnya sehari-hari seperti sekolah atau bekerja.

Martin *et al.* (2003), menjelaskan bahwa orang-orang yang tinggi dalam pemujaan terhadap selebriti diyakini memiliki struktur identitas yang lemah dan keterampilan interpersonal yang tampaknya lemah. Pada suporter, keterampilan interpersonal yang lemah ketika individu tersebut melakukan pemujaan terhadap

idolanya secara berlebihan, seperti melakukan apapun untuk idola, yang seharusnya ia bisa lakukan untuk *self improvement* upaya pengembangan kemampuan dirinya. Dikemukakan oleh responden bahwa ia nyaman saat bersama orang-orang yang juga melakukan pemujaan selebriti. Seperti yang dijelaskan Mccutcheon, Lange, dan Houran (2002) individu memiliki keterampilan sosial yang buruk sehingga individu menganggap bahwa memuja selebritas sebagai solusi atas tidak terjadinya hubungan nyata dikehidupan sehari-hari.

Temuan pada penelitian ini yaitu terdapatnya responden suporter dengan kecenderungan *celebrity worship* yang tinggi atau berada pada tingkat *borderline pathological*. Tingkatan ini bersifat irasional, yang mana dapat membuat pelakunya melakukan apapun demi idolanya baik perilaku baik hingga buruk sekalipun. Hal ini dapat disebabkan kurangnya pendidikan, hingga mempengaruhi cara berpikir dalam melakukan pengidolaan, ikut-ikutan dengan teman atau rasa pertemanan atau solideritas agar diterima dalam lingkungan sosial, maupun kurangnya perhatian terhadap diri sendiri. Dampak dari pemujaan selebriti yang berlebihan dapat mengakibatkan hal negative pada diri seperti gejala depresi serta kecemasan. Memiliki kinerja kerja maupun belajar yang rendah, harga diri rendah, dan bermasalah dalam menemukan identitas diri (Sheridan *et al.*, dalam Savitri, 2014).

## Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada penelitian ini perihal gambaran *celebrity worship* pada suporter sepak bola, diperoleh kesimpulan bahwa suporter sepak bola lebih banyak yang melakukan *celebrity worship* di tingkat *borderline pathological* berjumlah 44%, berikutnya diikuti dengan tingkat *entertainment social* berjumlah 32%, dan terakhir tingkat *intense personal* berjumlah 24%. Jadi, pada suporter sepak bola yang berada pada tingkat dominan paling tinggi ini adalah mereka yang melakukan *celebrity worship* sudah ditingkat *borderline pathological*, dimana mereka melakukan *celebrity worship* dikarenakan memiliki pikiran yang cenderung tidak terkontrol yang bersifat irasional.

Berdasarkan hasil deskriptif dengan data penunjang, diketahui bahwa suporter sepak bola berjenis kelamin laki-laki (44,6%), usia dewasa madya (66,7%), pendidikan terakhir SMP (75,0%), dan suporter sepak bola yang menonton pertandingan bola sendiri (100%) berada paling tinggi pada tingkat *borderline pathological*. Sedangkan suporter dengan pendidikan terakhir S1 (46,9%) paling banyak melakukan *celebrity worship* pada tingkat *entertainment social*.

## Daftar Pustaka

- Apriliani, D. (2019, 7 Januari). 6 Klub Indonesia dalam Daftar 200 Klub Sepak Bola Terpopuler di Dunia. *Goodnewsfromindonesia.id*. Retrieved from website: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2019/01/07/6-klub-indonesia-dalam-daftar-200-klub-sepak-bola-terpopuler-di-dunia>.
- Ashe, D. D., Maltby, J., & McCutcheon, L. E. (2005). Are Celebrity-Worshippers More Prone to Narcissism? A Brief Report. *North American Journal of Psychology*, 7(2), 239–246.
- Chaplin, J. P. (2008). *Kamus Lengkap Psikologi (Penerjemah: Kartini Kartono)*. Jakarta: Rajawali Press.
- Darfiyanti, D., & Putra, M. G. B. A. (2012). Pemujaan terhadap Idola Pop sebagai Dasar Intimate Relationship pada Dewasa Awal: Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian Dan Sosial*, 1(02), 66–73.
- Fadhillah, R. (2019, 6 November). Pemain Asal Belanda Ceritakan Fanatisme Fans Indonesia Hingga Dirinya Merasa Seperti Ronaldo. *Bolalob.com*. Retrieved from website: <https://bolalob.com/read/129497/pemain-asal-belanda-ceritakan-fanatisme-fans-indonesia-hingga-dirinya-merasa-seperti-ronaldo>.
- Frederika, E., Suprpto, M. H., & Tanojo, K. L. (2015). Hubungan Antara Harga Diri dan Konformitas dengan Celebrity Worship pada Remaja Di Surabaya. *Jurnal Gema Aktualita*, Vol. 23 No.7/8, 1990.
- Goddard, H. (2001). *Civil Religion*. New York: Cambridge University Press.
- Greene, A. L., & Adams-Price, C. (1990). Adolescents' Secondary Attachments to Celebrity Figures. *Sex Roles*, 23(7–8), 335–347. doi: 10.1007/BF00289224.
- Hurlock, E. B. (1996). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- KBBI. (2016). *Atlet*. [kbbi.kemdikbud.go.id](http://kbbi.kemdikbud.go.id). Retrieved from website: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/atlet>.
- KBBI. (2016). *Selebritas*. [kbbi.kemdikbud.go.id](http://kbbi.kemdikbud.go.id).

- Retrieved from website:  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/selebritas>.
- Khalika, N. N. (2018, 28 Agustus). Bahagia dengan Menjadi Suporter Olahraga. *Tirto.id*. Retrieved from website: <https://tirto.id/bahagia-dengan-menjadi-suporter-olahraga-cVjL>.
- 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. doi: 10.1016/j.jadohealth.2010.12.014.
- 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. *British Journal of Psychology, 95*(4), 411–428. doi: 10.1348/0007126042369794.
- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense Personal Celebrity Worship and Body Image: Evidence of a Link Among Female Adolescents. *British Journal of Health Psychology, 10*(1), 17–32. doi: 10.1348/135910704X15257.
- Mandas, A. L., Suroso., & Sukiati, D. S. (2018). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Pecinta Korea Di Manado Ditinjau Dari Jenis Kelamin. *Jurnal Psikovidya, 22*(2), 164–189. doi: 10.37303/psikovidya.v22i2.111.
- Martin, M. M., Cayanus, J. L., McCutcheon, L. E., & Maltby, J. (2003). Celebrity Worship and Cognitive Flexibility. *North American Journal of Psychology, 5*, 75–80.
- Maulida, A., Viridanda, W. Y., Nisa, H., & Sari, N. (2021). Tingkat Pemujaan Selebriti Pada Komunitas Penggemar K-Pop Di Aceh. *Seurune : Jurnal Psikologi Unsyiah, 4*(1), 48–74. doi: 10.24815/s-jpu.v4i1.19720.
- McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., Houran, J., & Maltby, J. (2003). A Cognitive Profile of Individuals Who Tend to Worship Celebrities. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied, 137*(4), 309–322. doi: 10.1080/00223980309600616.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and Measurement of Celebrity Worship. *British Journal of Psychology, 93*, 67–87.
- North, A. C., Sheridan, L., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Attributional Style, Self-Esteem, and Celebrity Worship. *Media Psychology, 9*(2), 291–308. doi: 10.1080/15213260701285975.
- Prasetyo, G. (2018, 24 September). Saatnya Menumbuhkan Kembali Empati dan Ruh Suporter. *Kompasiana.com*. Retrieved from website: <https://www.kompasiana.com/indosport/5ba87e3f43322f2dd6098fd2/saatnya-menumbuhkan-kembali-empati-dan-ruh-suporter>.
- Puspa, F. (2020, 25 September). Survei Nielsen Pastikan Badminton Jadi Olahraga Terpopuler di Indonesia, Kalahkan Sepak Bola. *Kompas.com*. Retrieved from website: <https://www.kompas.com/sports/read/2020/09/25/10000058/survei-nielsen-pastikan-badminton-jadi-olahraga-terpopuler-di-indonesia>.
- 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. doi: 10.1007/BF01537358.
- Restudia. (2018, 31 Januari). Sperma Pemain Belanda Ditawar 1 Miliar, Ternyata Donor Sperma Bisa Lahirkan Keturunan Cacat. *Banjarmasin.tribunnews.com*. Retrieved from website: <https://banjarmasin.tribunnews.com/2018/01/31/sperma-pemain-belanda-ditawar-1-miliar-ternyata-donor-sperma-bisa-lahirkan-keturunan-cacat>.
- Sarwono, S. W., & Meinarno, E. A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Savitri, D. (2014). Hubungan Antara Celebrity Worship dan Harga Diri Pada Remaja Akhir di DKI Jakarta. *Jurnal Psikologi*.
- Semakin Muda Usia Kian Senang Olahraga. (2018, 27 Juli). *Databoks.katadata.co.id*. Retrieved from website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/27/semakin-muda-usia-kian-senang-olahraga>.
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Celebrity Worship, Addiction and

- Criminality. *Psychology, Crime and Law*, 13(6), 559–571. doi: 10.1080/10683160601160653. Jakarta. *Humaniora*, 6(1), 21-28. doi: 10.21512/humaniora.v6i1.3294.
- Shofa, M. (2017). *Gambaran Psikologis Celebrity Worship pada Dewasa Awal (Studi Kasus Mahasiswa Penggemar Korean Pop)* (Skripsi). Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang.
- Shvili, J. (2020, 16 Oktober). The Most Popular Sports In The World. *WorldAtlas.com*. Retrieved from website: <https://www.worldatlas.com/articles/what-are-the-most-popular-sports-in-the-world.html>.
- Sitasari, N. W. (2016). Hubungan Harga Diri dengan Celebrity Worship Pada Anggota Bollywood Mania Club Indonesia di Jakarta. *Jurnal Psikologi*.
- Sitasari, N. W., Rozali, Y. A., Arumsari, A. D., & Setyawan, D. (2019, October). Self-Esteem And Celebrity Worship In Social Network Bollywood Mania Club Indonesia Members In Jakarta. In *ICBLP 2019: Proceedings of the 1st International Conference on Business, Law And Pedagogy, ICBLP 2019, 13-15 February 2019, Sidoarjo, Indonesia* (p. 310). European Alliance for Innovation.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Suporter Indonesia (Tidak) Berkontribusi Kepada Industri Sepakbola. (2019, 20 September). *Pandifootball.com*. Retrieved from website: <https://www.panditfootball.com/football-culture/212940/RDK/190920/suporter-indonesia-tidak-berkontribusi-kepada-industri-sepakbola>.
- Survei: Indonesia Pencinta Bola Nomor Dua di Dunia. (2014, 27 Juni). *Tempo.co*. Retrieved from website: <https://pialadunia.tempo.co/read/588541/survei-indonesia-pencinta-bola-nomor-dua-di-dunia>.
- Usman, M. U. (2018). *Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Memuja Selebritas pada Remaja The Maczman Makassar* (Skripsi). Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar, Makassar.
- Widjaja, A. K., & Ali, M. M. (2015). Gambaran Celebrity Worship pada Dewasa Awal di