
Academia Open



By Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Academia Open

Vol. 10 No. 2 (2025): December
DOI: 10.21070/acopen.10.2025.13315

Table Of Contents

Journal Cover	1
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Academia Open

Vol. 10 No. 2 (2025): December
DOI: 10.21070/acopen.10.2025.13315

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

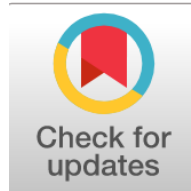
How to submit to this journal ([link](#))

Academia Open

Vol. 10 No. 2 (2025): December
DOI: 10.21070/acopen.10.2025.13315

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Social Support Celebrity Worship and Well Being in JKT48 Fans: Dukungan Sosial, Pengkultusan Selebriti, dan Kesejahteraan di Kalangan Penggemar JKT48

Nandito Dwi Prasetyo, 22030100021@umsida.ac.id (*)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Lely Ika Mariyati, ikalely@umsida.ac.id

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

General Background Subjective well-being is a central construct in psychology that reflects individuals' evaluations of life satisfaction and emotional experiences, particularly within social and cultural contexts such as fandom communities. **Specific Background** Fans of idol groups often form strong emotional attachments and social networks that may shape their psychological functioning, including perceived happiness and life satisfaction. **Knowledge Gap** Despite extensive research on well-being across populations, limited empirical attention has been directed toward idol fandom communities, particularly JKT48 fans in regional contexts. **Aims** This study examines the relationship between social support and celebrity worship with subjective well-being among members of the JKT48 fan community in Sidoarjo using a quantitative correlational design. **Results** Findings from multiple linear regression indicate that social support and celebrity worship each show positive and significant associations with subjective well-being, both individually and jointly, accounting for 23.8% of variance. Additionally, male fans exhibit higher levels of celebrity worship than female fans. **Novelty** The study contributes new empirical evidence by focusing specifically on a regional idol fandom community that has not previously been examined in relation to subjective well-being. **Implications** These results suggest that adaptive engagement in fandom, supported by interpersonal connections, is linked to favorable psychological outcomes, highlighting the importance of balanced parasocial attachment and community support for mental health within fan cultures.

Highlights:

- Interpersonal backing within the fan community is positively associated with life satisfaction and emotional states.
- Strong attachment to idols corresponds with higher psychological appraisal scores among participants.
- Male participants demonstrate greater levels of idol fixation compared with female participants.

Keywords:

Subjective Well-Being; Social Support; Celebrity Worship; Fandom Psychology; JKT48 Fans

Published date: 2025-12-26

Pendahuluan

Industri hiburan mengalami perkembangan yang sangat pesat terutama di bidang musik. Musik dikenal sejak kehadiran manusia modern *homo sapiens* yakni sekitar 180.000 hingga 100.000 tahun yang lalu [1]. Musik yang disajikan juga berbagai macam. Pertunjukan musik dapat berupa konser atau rekaman [2]. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh jakpat, di Indonesia, musik pop menempati posisi teratas sebagai genre yang paling digemari masyarakat. Kepopulerannya menunjukkan bahwa musik dengan alunan yang ringan dan mudah dinikmati masih menjadi pilihan utama dalam keseharian pendengar. Meskipun terdapat beragam genre lain yang juga memiliki penggemar tersendiri seperti dangdut, K-pop, rock, jazz, hingga musik religi, dominasi musik pop mencerminkan selera mayoritas masyarakat terhadap jenis musik yang dianggap paling relevan dan menghibur. Hal ini sekaligus memperlihatkan dinamika tren musik di Indonesia yang terus berkembang mengikuti perubahan zaman dan preferensi generasi pendengar [3].

Menurut data dari goodstats, hampir 80% masyarakat di Indonesia menyukai lagu pop. Salah satu contoh aliran pop yang terkenal saat ini adalah Pop Global, K-pop, J-pop, dan lain-lain. Banyak dari generasi muda yang menyukai gaya idol group seperti girl group maupun boy group. Idol group sendiri merupakan sekumpulan dari penyanyi yang menjadi sebuah grup dan menghasilkan karya musik. Girlgroup adalah sebuah idol group dengan member perempuan, sedangkan boy group merupakan sebuah idol group dengan member laki-laki. Musik J-Pop juga semakin dikenal di Indonesia semenjak masuknya 48 Group ke Indonesia dan menghadirkan idol group JKT48 [4]. JKT48 mempunyai penggemar yang memiliki rasa fanatisme tinggi kepada idolanya. Penggemar JKT48 ini biasa disebut dengan FJKT48 (Fans JKT48). Meskipun JKT48 berdomisili di Jakarta akan tetapi FJKT48 bukan hanya dari kota Jakarta saja, akan tetapi mereka juga tersebar di kota-kota yang lainnya [5].

Berdasarkan hasil survei fans JKT48 yang dilakukan oleh Mamen pada tahun 2020, diketahui bahwa mayoritas fans JKT48 berada pada rentang usia 15 hingga 22 tahun. Rentang usia ini termasuk dalam kategori remaja akhir hingga dewasa awal, yang umumnya masih berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa. Selanjutnya, kelompok usia 23 hingga 30 tahun menunjukkan bahwa JKT48 juga diminati oleh kalangan dewasa muda yang telah memasuki dunia kerja. Adapun kelompok usia di atas 38 tahun memiliki persentase paling kecil. Pengelompokan usia tersebut sejalan dengan klasifikasi periode perkembangan menurut Santrock, yang membagi masa remaja pada rentang usia 10-12 hingga 18-21 tahun serta masa dewasa awal pada rentang usia 20-an hingga 30-an [6]. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas fans JKT48 berasal dari generasi muda, khususnya remaja dan dewasa muda (15-30 tahun), yang mencakup sebagian besar responden, sehingga mengindikasikan bahwa daya tarik JKT48 sangat kuat di kalangan usia muda [7]. Selain itu, pada APMF 2022 di Bali, William Utomo selaku Chief Operating Officer IDN Media menyampaikan bahwa jumlah penggemar JKT48 mencapai 15 juta orang, dengan 31% berasal dari generasi milenial (usia 24-34 tahun) dan 69% dari generasi Z (usia 15-23 tahun) [8].

JKT48 dengan jargon "Idol You Can Meet" yang berarti para fans dapat bertemu dengan idolanya setiap hari karena JKT48 mengadakan pertunjukan rutin di Theater JKT48 [9]. Sehingga, fans JKT 48 dikenal loyal terhadap idolanya karena mereka suka rela menghabiskan waktu dan uang yang tidak sedikit untuk mengikuti berbagai aktivitas bersama idolanya. Pada umumnya Fans JKT48 akan bergabung dalam suatu komunitas fans atau fanbase. Kebanyakan komunitas fans JKT48 ini dibentuk atas dasar dua alasannya itu regional daerah atau memiliki member favorit yang sama. Salah satu komunitas yang terbentuk atas dasar member favorit [8], Seperti Onielity, Muffin, Interindah.

Penggemar JKT48 umumnya tergabung dalam suatu komunitas, atau biasa disebut fanbase [8]. Salah satu daerah yang memiliki fanbase JKT48 regional adalah Sidoarjo yang bernama fansjkt48sidoarjo. Berdasarkan laman sosial media Fanbase fansjkt48sidoarjo didirikan pada tahun 2012. Fanbase fansjkt48sidoarjo dibuat sebagai wadah berkumpul bagi penggemar JKT48 yang berada di wilayah Sidoarjo maupun luar daerah yang menetap di Sidoarjo. Jumlah pengikut Fanbase fansjkt48sidoarjo di Sosial media seperti instagram memiliki pengikut 1,497.

Penggemar JKT48 memiliki dua penyebutan nama yang berbeda. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari jenis kelaminnya, yaitu wota dan woti. Wota adalah sebuah nama yang dibuat untuk penggemar laki-laki, dan woti adalah sebuah nama yang dibuat untuk penggemar perempuan. Aktivitas yang dilakukan wota dan woti dalam mendukung idolanya berbeda-beda, karena penggemar memiliki cara masing-masing dalam mendukung idolanya. Terdapat penggemar yang menyimpan photobook dan menghafal semua chanting dari JKT48. Namun ada pula penggemar yang hanya ingin mengikuti acara-acara JKT48 tanpa membeli photobook ataupun menghafal chant-chant dari JKT48 [10].

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa *subjective well-being* berkaitan dengan bagaimana individu menilai dan menyukai kehidupannya, termasuk kepuasan hidup, kemampuan mengelola stres, serta produktivitas dalam aktivitas sehari-hari. Dalam upaya mencapai kepuasan dan kesenangan hidup, individu kerap mencari cara untuk mengatasi emosi negatif, salah satunya melalui keterlibatan dalam fandom seperti mengidolakan artis [11]. Namun, keterlibatan ini tidak selalu berdampak positif, karena penggemar juga dapat mengalami pengalaman emosional yang bersifat positif maupun negatif selama menjadi penggemar. Perasaan bahagia dan keterlibatan positif terhadap idola dapat berkontribusi pada afek positif, tetapi dominasi afek negatif seperti perubahan mood, ketidakpuasan diri, perilaku konsumtif, serta ketidakbahagiaan akibat informasi terkait idola dapat menurunkan *subjective well-being* individu [12]. Selain itu, temuan lain menunjukkan bahwa penggemar dengan *subjective well-being* yang lebih rendah cenderung memiliki perasaan negatif yang tinggi, ekspektasi yang tidak realistis terhadap idola, serta rentan mengalami emosi negatif yang kuat ketika harapan terhadap idola tidak terpenuhi [13]. Kondisi tersebut menunjukkan adanya permasalahan kesejahteraan subjektif pada penggemar yang menjadikan penelitian *subjective well-being* pada komunitas penggemar idol group.

Menurut Biswas-Diener *subjective well-being* adalah penilaian seseorang terhadap hidupnya. Penilaian ini terbagi menjadi

dua bentuk berupa evaluasi kognitif yang mencakup kepuasan hidup, dan penilaian emosional, yang merujuk pada frekuensi seseorang mengalami emosi positif dan negatif. Individu dengan *subjective well-being* yang rendah cenderung memandang hidupnya secara negatif dan menganggap peristiwa yang terjadi dalam hidupnya sebagai hal yang tidak menyenangkan, sehingga menimbulkan emosi negatif seperti kecemasan, depresi, dan kemarahan [14]. Menurut Pavot dan Diener, individu dengan tingkat *subjective well-being* yang tinggi biasanya memiliki kehidupan yang lebih memuaskan dan mampu memandang kehidupan dari sudut pandang yang positif. Di sisi lain, individu dewasa awal dengan *subjective well-being* yang rendah lebih rentan mengalami krisis dalam kehidupan akibat kondisi dan pengalaman negatif, di mana individu cenderung mengekspresikan atau menafsirkan perasaan negatif mereka menjadi makna hidup yang cenderung tidak memuaskan [15].

Penelitian mengenai *subjective well-being* (SWB) telah banyak dilakukan pada berbagai kelompok subjek, penggemar dari grup band asal Korea Selatan yaitu Day6 [15], mahasiswa yang kuliah sambil bekerja [16], perawat wanita di puskesmas kabupaten [17], guru SMPN di kecamatan Mendoyo [18]. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa *subjective well-being* dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti *Job Burnout*, *Work-Life Balance*, Dukungan Sosial, *Celebrity Worship*. Pada penelitian yang dilakukan Aditya dan Suhesty, Dukungan sosial dan stres akademik secara bersama mempengaruhi kesejahteraan subjektif pada mahasiswa [19], sementara penelitian yang dilakukan oleh Nastiti & Andriani menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dan *self-control* dengan *subjective well-being* pada penggemar NCT [20]. Dengan demikian, hingga saat ini belum ditemukan penelitian yang secara spesifik meneliti *subjective well-being* pada komunitas penggemar idol pop, khususnya anggota fans JKT48. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dalam konteks subjek yang diteliti, dengan fokus pada anggota fans JKT48 yang belum pernah dikaji sebelumnya dalam kaitannya dengan *subjective well-being*.

Peneliti melakukan survei pendahuluan terhadap 11 anggota komunitas fans JKT48 untuk memperoleh gambaran awal mengenai *subjective well-being* yang mereka rasakan. Survei pendahuluan ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode eksploratif, yang dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali dan memahami fenomena secara mendalam dalam konteks alamiah sebelum penelitian utama dilakukan [21]. Penyusunan pertanyaan survei pendahuluan didasarkan pada teori *subjective well-being*, yang mencakup dimensi *life satisfaction*, *positive affect*, dan *negative affect*. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan kepada anggota komunitas fans JKT48, diperoleh gambaran bahwa keterlibatan dalam fandom berhubungan erat dengan dimensi *subjective well-being* yang meliputi *life satisfaction*, *positive affect*, dan *negative affect*. Pada aspek *life satisfaction*, beberapa responden mengungkapkan bahwa keberadaan fandom menjadi bagian penting dalam kehidupan mereka, sebagaimana dinyatakan oleh responden yang menyebutkan "JKT48 termasuk salah satu alasan untuk tetap hidup, bahagia, dan memperbanyak lingkup pertemanan". Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan dalam fandom memberikan makna serta kepuasan hidup melalui ikatan sosial dan rasa kebermaknaan. Selanjutnya, pada aspek *positive affect*, mayoritas responden melaporkan pengalaman emosional yang menyenangkan ketika bergabung dalam fandom, seperti "sebelum bergabung terasa sepi, saat sudah bergabung terasa ramai karena sudah tidak sendiri lagi" serta "senang, bisa dapat teman baru/keluarga baru". Temuan ini menegaskan bahwa interaksi dalam fandom dapat meningkatkan pengalaman afektif positif, khususnya rasa kebahagiaan dan keterhubungan sosial. Namun demikian, survei juga mengidentifikasi adanya *negative affect* berupa tekanan finansial dan perasaan tidak nyaman dalam interaksi sosial. Hal ini tergambar melalui pernyataan responden, "berdampak ke cara saya mengatur keuangan, agar tidak tiba-tiba membeli fanservice padahal ada keperluan yang lebih penting" dan "minder sih, soalnya masih baru juga jadi wota". Kedua pernyataan ini menunjukkan adanya emosi negatif seperti kecemasan, penyesalan, maupun keraguan diri yang muncul sebagai konsekuensi dari keterlibatan intens dalam fandom. Dengan demikian, hasil survei awal ini memperlihatkan bahwa keanggotaan dalam fandom tidak hanya memberikan kontribusi positif pada kebahagiaan dan kepuasan hidup, tetapi juga menyimpan potensi munculnya tekanan psikologis yang relevan untuk diteliti lebih lanjut dalam kerangka *subjective well-being*.

Setiap individu, termasuk penggemar akan melakukan berbagai hal untuk mencapai kepuasan dan kebahagiaan dalam hidup mereka, seperti menghadiri konser idola mereka atau mengoleksi karya favorit mereka. Merujuk pada penilaian-penilaian ini, yang didasarkan pada pengalaman dan prioritas masing-masing individu. Karena hal ini memengaruhi *subjective well-being* individu. Oleh karena itu penelitian tentang *subjective well-being* penting untuk dilakukan. *Subjective well-being* yang tinggi memiliki sejumlah dampak positif, termasuk meningkatkan kesehatan mental, memperkuat sistem kekebalan tubuh, dan memperkuat hubungan sosial serta produktivitas. Di sisi lain, orang yang memiliki *subjective well-being* rendah, lebih rentan terhadap gangguan kejiwaan seperti depresi, stres jangka panjang, atau ketidakpuasan hidup. [20].

Subjective well-being dipengaruhi oleh berbagai variabel psikologis dan sosial, antara lain kebersyukuran, *forgiveness*, kepribadian (*personality*), *self-esteem*, spiritualitas, dukungan sosial [22], serta *celebrity worship* [11]. *Celebrity worship* di kalangan fans mencerminkan keterikatan emosional terhadap idola yang dapat mempengaruhi kondisi psikologis fans. Pada tingkat moderat, keterlibatan ini dapat memberikan inspirasi dan kebahagiaan, namun pada tingkat ekstrem justru berisiko menurunkan *subjective well-being* karena menjadi bentuk pelarian dari realitas atau menimbulkan tekanan sosial dan finansial [23], [8].

Menurut Maltby et al, *celebrity worship* merupakan suatu perilaku obsesi individu terhadap idolanya, perilaku obsesi ini mengarah pada individu tersebut menjadi terlibat di setiap kehidupan sang idola, bahkan kehidupan idolanya tersebut masuk kedalam kehidupan individu yang menjadi penggemarnya. *Celebrity worship* merupakan bentuk hubungan parasosial atau satu arah dimana individu terobsesi dengan idolanya [24]. Dimensi pada *celebrity worship* menurut Maltby, Giles, Barber, & Mc Cutcheon, dapat dibagi menjadi tiga tahapan yaitu: *Entertainment Social*, *Intense Personal Feeling*, *borderline-pathological tendency* [25]. *Entertainment Social*, Keterlibatan penggemar dengan idola mereka untuk hiburan pribadi, di mana orang-orang menghabiskan banyak waktu untuk mencari informasi idola mereka, terutama di media sosial. *Intense personal*, situasi di mana orang ingin mengetahui segala hal tentang idola mereka karena mereka merasa memiliki ikatan khusus dengan mereka. *Borderline Phatological tendency*, Pada tingkatan ini individu mendekati batas normal

menunjukkan ciri-ciri termasuk sangat obsesif, memiliki pikiran yang tidak terkendali, dan siap melakukan apa saja untuk idola mereka [26]. Faktor yang mempengaruhi *celebrity worship* menurut McCutcheon dkk dalam Kusuma, 2014 ada tiga adalah usia, keterampilan sosial dan jenis kelamin [25].

Di sisi lain, dukungan sosial dari sesama anggota komunitas fandom berperan penting dalam memperkuat kesejahteraan subjektif, karena memberikan rasa dimengerti, diterima, dan terhubung secara emosional [27]. Dukungan sosial umumnya berupa gambaran mengenai peran atau pengaruh yang ditimbulkan oleh orang lain yang berarti atau orang terdekat seperti keluarga, teman, saudara dan rekan kerja [28]. Dukungan sosial merupakan bentuk interaksi timbal balik interpersonal yang diwujudkan melalui pemberian bantuan, seperti dukungan emosional, informasi, serta dorongan positif yang membantu individu menghadapi permasalahannya. Kekurangan dukungan sosial dapat menjadi faktor pemicu munculnya gangguan mental dan rasa tidak puas terhadap kehidupan [29]. Dukungan sosial menurut Cohen dan Syme adalah sumber-sumber yang didapati individu dari orang lain yang dapat mempengaruhi kesejahteraan individu yang bersangkutan. Dukungan sosial menurut House dan Khan yaitu tindakan membantu yang melibatkan pemberian informasi, bantuan instrumen, emosi dan penilaian positif terhadap individu dalam menghadapi permasalahannya. Menurut Cohen dan Hoberman dukungan sosial adalah hubungan antar pribadi seseorang dengan orang lain yang mengacu pada sumber daya yang disediakan antar keduanya. Menurut Zimet, Dahlem, Zimet dan Farley yakni aspek dukungan sosial terdiri dari dukungan yang diberikan keluarga, dukungan yang diberikan teman dan dukungan dari orang terdekat [30]. Sementara itu, Sarafino dan Smith, serta Sarason, menjelaskan bahwa dukungan sosial mencakup lima aspek, yaitu dukungan emosional, dukungan penghargaan, dukungan instrumental, dukungan informasional, dan dukungan jaringan sosial. Kelima aspek ini merepresentasikan bentuk-bentuk bantuan yang diberikan oleh orang-orang terdekat untuk membantu individu mengatasi tekanan dan meningkatkan kesejahteraan psikologisnya [31].

Dukungan sosial merupakan salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap *subjective well-being*. Dukungan tersebut tidak hanya meliputi aspek emosional, penghargaan, instrumental, informasional, dan jaringan sosial, tapi juga terbukti memiliki hubungan positif dengan kepuasan hidup (*life satisfaction*) dan frekuensi afek positif, serta dapat menekan afek negatif seperti kecemasan dan depresi [32]. Dengan demikian, dukungan sosial yang hadir melalui interaksi antar penggemar, seperti berbagi pengalaman, memberikan dorongan emosional, serta membantu kelancaran kegiatan komunitas. Interaksi tersebut dapat memperkuat hubungan sosial antar penggemar dan memunculkan manfaat afektif dalam bentuk meningkatnya perasaan bahagia serta menurunkan stres [5].

Berkean dengan *Social Exchange Theory*, individu akan membangun dan mempertahankan hubungan ketika manfaat yang didapatkan dianggap sesuai dengan besaran biaya yang dikeluarkan [33]. Pada penelitian ini, fans JKT48 menerapkan pertukaran sosial berupa waktu, tenaga, perhatian, bahkan biaya, dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan emosional, hiburan, serta relasi sosial dari keikutsertaan sebagai penggemar JKT48. Hasil survei awal mendapati bahwa fans merasa senang, terhibur, dan lebih terhubung secara sosial ketika bergabung dalam komunitas fans JKT48, hal tersebut menunjukkan adanya manfaat positif dalam hubungan tersebut. Sejalan dengan dukungan sosial, menurut Sarason yang meliputi aspek emosional, instrumental, informasional, dan jaringan sosial, dapat meningkatkan kesejahteraan individu. Dengan demikian, keterlibatan emosional pada idola melalui *celebrity worship* yang moderat dapat menjadi sumber inspirasi yang memperkuat *subjective well-being*, asalkan tidak dalam taraf patologis. Dengan demikian, keseimbangan antara *celebrity worship* dan dukungan sosial yang berkontribusi terhadap pengalaman pertukaran sosial yang sehat dan adaptif dalam komunitas fans JKT48.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui besaran pengaruh dukungan sosial dan *celebrity worship* terhadap *subjective well-being* pada anggota fans JKT48 Sidoarjo. Tujuan khusus dari penelitian ini yaitu untuk melihat sejauh mana tingkat dukungan sosial yang diterima individu dan apakah keterikatan pada idol JKT48 mempengaruhi kesejahteraan subjektif yang mereka miliki serta melihat apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel-variabel tersebut, baik secara parsial maupun simultan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika psikologis yang dialami oleh penggemar idol group di era modern, serta kontribusinya terhadap kesejahteraan mental individu.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya berupa angka yang dianalisis dengan metode statistika [34]. Pada penelitian teoritik dalam bentuk penelitian korelasional, ditujukan untuk memperoleh informasi mengenai seberapa besar kontribusi antar variabel atau hubungan antar dua atau lebih variabel yang diteliti menggunakan prosedur statistic [35]. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah *subjective well-being* sebagai variabel terikat atau biasa disebut dengan variabel Y, sedangkan variabel dukungan sosial dan *celebrity worship* sebagai variabel bebas atau biasa disebut variabel X. Populasi pada penelitian ini yaitu anggota fans JKT48 sidoarjo.

Penelitian ini menggunakan teknik *consecutive sampling*, yaitu metode non-probability sampling yang menjangkau seluruh subjek yang memenuhi kriteria penelitian secara berurutan dalam periode pengumpulan data yang telah ditentukan. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh sampel secara cepat dan efisien ketika waktu penelitian terbatas, sebagaimana dijelaskan oleh Wahab dan Junaedi bahwa *consecutive sampling* dilakukan dengan mengambil seluruh responden yang sesuai kriteria hingga jumlah yang ditetapkan tercapai [36]. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah anggota fans JKT48 yang tergabung dalam komunitas fans JKT48 Sidoarjo. Pengumpulan data dilakukan selama 14 hari, dan diperoleh sebanyak 105 responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Penelitian ini menggunakan beberapa instrumen penelitian yang terdiri atas tiga skala yaitu skala dukungan sosial, *celebrity*

worship dan *subjective well-being*, yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Skala dukungan sosial yang digunakan merupakan adaptasi dari skripsi Rachma Syaufina Hamid yang disusun berdasarkan teori Sarafino dan Smith serta Sarason, yang mencakup lima aspek dukungan sosial, yaitu dukungan emosional, penghargaan, instrumental, informasional, dan jaringan sosial. Skala ini terdiri dari 36 item pernyataan dengan komposisi item favorable dan unfavorable, dengan opsi jawaban yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS) dan hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,953 [31]. Dalam penelitian ini nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,940 dan terdapat 1 aitem yang gugur.

Skala *celebrity worship* menggunakan *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang dikembangkan oleh Maltby, Houran, dan McCutcheon, adaptasi dari skripsi Shabrina Firdaus Fivinda. Skala *celebrity worship* yang digunakan dalam penelitian ini mengukur tiga dimensi, yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological*. Skala ini terdiri dari 34 item serta menggunakan lima pilihan jawaban yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS) dengan hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai koefisien Alpha dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,910 [37]. hasil penelitian ini menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,860.

Sementara itu, *Skala subjective well-being* menggunakan *Satisfaction with Life Scale* (SWLS) yang dikembangkan oleh Diener dkk. serta *Positive Affect and Negative Affect Schedule* (PANAS) yang dikembangkan oleh Watson dkk., yang telah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Hanif Akhtar. Skala *Satisfaction with Life Scale* (SWLS) terdiri dari 5 item dan Skala *Positive Affect and Negative Affect Schedule* (PANAS) terdiri dari 20 aitem. Pada skala *Satisfaction with Life Scale* (SWLS) menggunakan opsi jawaban yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Netral (N), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS) sedangkan skala *Positive Affect and Negative Affect Schedule* (PANAS) menggunakan opsi jawaban yaitu Hampir Tidak Pernah (HTP), Jarang (J), Kadang-kadang (KD), Sering (SR), Hampir Selalu (HSL). dan hasil uji reliabilitas skala *Satisfaction with Life Scale* (SWLS) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,828 dan pada skala *Positive Affect and Negative Affect Schedule* (PANAS) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha pada *Positive Affect* yaitu 0,861 sementara itu pada *Negative Affect* menunjukkan Cronbach's Alpha 0,853 [38]. Dalam penelitian ini, skala *Satisfaction with Life Scale* (SWLS) mendapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,631 sedangkan skala *Positive Affect and Negative Affect Schedule* (PANAS) menunjukkan Cronbach's Alpha sebesar 0,815 untuk *positive affect* dan Cronbach's Alpha sebesar 0,747 untuk *negative affect*.

Pada penelitian ini menggunakan *Google G-Form* untuk menyebarkan skala penelitian dan Setelah data dikumpulkan, dilakukan proses skoring, uji asumsi (normalitas, multikolinieritas, dan linearitas), serta uji korelasi Pearson untuk melihat hubungan antarvariabel. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS 26 Statistics for Windows*.

Hasil dan Pembahasan

A. Hasil

a. Gambaran Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Usia	15-20	26	24,76%