

HUBUNGAN ANTARA KECERDASAN EMOSIONAL DAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA PENGGEMAR K-POP DI KOTA SEMARANG

Alief Tamir Murtadha, Dian Ratna Sawitri

Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro,
Jalan Prof. Soedarto, SH., Tembalang, Semarang, Indonesia 50275

alieftamirmurtadha@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecerdasan emosional dan *celebrity worship* pada penggemar K-Pop di Kota Semarang. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kecerdasan emosional dan *celebrity worship* pada penggemar K-Pop di Kota Semarang. Artinya, semakin tinggi kecerdasan emosional, maka semakin rendah *celebrity worship* pada subjek penelitian ini. Sebaliknya, semakin rendah kecerdasan emosional, maka semakin tinggi *celebrity worship* subjek penelitian ini. Populasi penelitian ini adalah 150 orang penggemar K-Pop yang tergabung ke dalam komunitas penggemar K-Pop di Kota Semarang dan memiliki *bias* (selebriti favorit). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 108 orang (96,29% perempuan, rata-rata usia 20 tahun) yang diperoleh dengan menggunakan *convenience sampling*. Data diperoleh dengan menggunakan Skala Kecerdasan Emosional (32 aitem valid, $\alpha = 0,926$) dan Skala *Celebrity Worship* (21 aitem valid, $\alpha = 0,874$). Analisis regresi sederhana menunjukkan korelasi sebesar 0,215 dengan nilai signifikansi sebesar $p = 0,026$ ($p < 0,05$). Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat hubungan positif yang signifikan antara kecerdasan emosional dan *celebrity worship*. Artinya, semakin tinggi kecerdasan emosional, maka akan semakin tinggi *celebrity worship* pada subjek penelitian ini. Sebaliknya semakin rendah kecerdasan emosional, maka akan semakin rendah *celebrity worship* pada subjek penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini ditolak. Kecerdasan Emosional memberikan sumbangan efektif sebesar 4,6% terhadap *celebrity worship*, sedangkan sisanya sebesar 96,4% berhubungan dengan hal lain. Peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi dan mengkaji lebih jauh dengan meneliti subjek dengan kategori usia dan komunitas yang lebih spesifik, dan menindaklanjuti penelitian ini untuk memperdalam fenomena *celebrity worship*.

Kata kunci: kecerdasan emosional, *celebrity worship*, penggemar K-Pop

THE CORRELATION BETWEEN EMOTIONAL INTELLIGENCE AND CELEBRITY WORSHIP ON K-POP FANS IN SEMARANG CITY

Alief Tamir Murtadha, Dian Ratna Sawitri

Faculty of Psychology, Universitas Diponegoro,
Prof. Soedarto, SH. Street, Tembalang, Semarang, Indonesia 50275

alieftamirmurtadha@gmail.com

ABSTRACT

This research purpose is to acknowledge the correlation between emotional intelligence and celebrity worship on K-Pop Fans in Semarang City. The hypothesis in this study was emotional intelligence was expected to have a significant negative correlation with celebrity worship among K-Pop Fans in Semarang City. That is, the higher the emotional intelligence, the lower the celebrity worship of the participants. The population of this study was 150 K-Pop fans who were members of the K-Pop fan community in the city of Semarang and have a bias. In research, bias means favorite celebrity. Participants of this study were 108 people (96,29% female, average age 20 years old) and obtained by using convenience sampling. Data was collected using the Emotional Intelligence Scale (32 items, $\alpha = 0,926$) and the Celebrity Worship Scale (21 items, $\alpha = 0,874$). A simple regression analysis showed that there was a significant positive relationship between emotional intelligence and celebrity worship, $r = 0,215$ ($p < 0,05$). The conclusion of this research is that there was a significant positive relationship between emotional intelligence and celebrity worship. It means, the higher the emotional intelligence, the higher the celebrity worship of the participants.. It means, the hypothesis of this study is rejected. Emotional intelligence has 4,6% effective contribution to celebrity worship, while the rest are 96,4 % related with another thing. Further study can explore more this research with specific age category, with specific community, and conduct research with quantitative methods.

Keywords: emotional intelligence, celebrity worship, K-Pop fans