

GAMBARAN *CELEBRITY WORSHIP* REMAJA PENGGEAR *YOUTUBER* WINDAH BASUDARA

Widya Graha Mangkading¹, Yomima Viena², Budi Sarasati³

^{1, 2, 3}Prodi Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

202110515202@mhs.ubharajaya.ac.id, yomima.viena@dsn.ubharajaya.ac.id,

budi.sarasatiubj@dsn.ubharajaya.ac.id,

*202110515202@mhs.ubharajaya.ac.id

Abstract

Research on celebrity worship of digital celebrities like YouTubers in Indonesia is still limited. This study aims to describe celebrity worship among adolescent fans of youtuber Windah Basudara. Using a quantitative and descriptive approach, 350 respondents were involved in this study. The results show that the majority (76%) of adolescent fans are at the intense personal feeling level, characterized by deep emotional attachment. This intensity is driven by interactions on social media and a solid fan community. Celebrity worship is more dominant among female adolescents, those in middle adolescence (16-18 years old), and students. Interestingly, even though these adolescents have good social skills, celebrity worship actually facilitates their social interaction within the community. In conclusion, celebrity worship in these adolescent fans of Windah Basudara is influenced by individual interaction, media, and social dynamics.

Keyword: *Celebrity Worship, Youtuber, Adolescence*

Abstrak

Penelitian mengenai *celebrity worship* pada selebriti digital seperti *youtuber* di Indonesia masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *celebrity worship* remaja penggemar *youtuber* Windah Basudara. Dengan pendekatan kuantitatif dan metode deskriptif, 350 responden terlibat dalam studi ini. Hasil menunjukkan mayoritas (76%) remaja penggemar berada pada tingkat *intense personal feeling*, ditandai keterikatan emosional mendalam. Intensitas ini didorong oleh interaksi di media sosial dan komunitas penggemar yang solid. *Celebrity worship* lebih dominan pada remaja perempuan, usia madya (16-18 tahun), dan berstatus pelajar. Menariknya, meskipun remaja ini memiliki keterampilan sosial yang baik, *celebrity worship* justru memfasilitasi interaksi sosial mereka dalam komunitas. Disimpulkan, *celebrity worship* pada remaja penggemar Windah Basudara ini dipengaruhi oleh interaksi individu, media, dan dinamika sosial.

Kata kunci: *Celebrity Worship, Youtuber, Remaja*

Article History

Received: Mei 2025

Reviewed: Mei 2025

Published: Mei 2025

Plagiarism Checker No 77

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Liberosis



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Era digital saat ini media sosial telah memasuki hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Bagi masyarakat Indonesia khususnya kalangan remaja, media sosial seakan sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan, tiada hari yang dilalui tanpa membuka media sosial bahkan hampir 24 jam mereka tidak lepas dari *smartphone* (Fronika, 2019). Berdasarkan survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2024 mayoritas orang yang menggunakan media sosial adalah kelahiran 1997 sampai 2012 atau disebut sebagai gen Z dengan persentase sebesar 34,40%. Persentase yang tinggi ini menunjukkan bahwa media sosial sangat erat dengan kehidupan remaja, mengingat sebagian besar rentang usia Gen Z termasuk dalam kategori remaja.

Slice.id menyatakan bahwa diantara berbagai platform media sosial, Youtube menempati urutan pertama jumlah pengguna media sosial terbanyak di Indonesia pada tahun 2024 dengan total pengguna 139 juta, di urutan kedua ada TikTok dengan 127 juta pengguna, dan peringkat ketiga yaitu Facebook dengan 118 juta pengguna. Jumlah tersebut menunjukkan potensi pengaruh yang sangat besar dari konten yang beredar di platform-platform tersebut terhadap perilaku penggunanya terutama remaja. Hal ini dikarenakan remaja berusaha untuk mencapai kemandirian dan menemukan identitas (Santrock, 2012), sehingga remaja sangat mudah untuk terpengaruh lingkungannya (Putri et al., 2016) termasuk media sosial seperti Youtube.

Youtube memberikan kesempatan bagi remaja untuk terhubung dengan teman-teman yang memiliki minat serupa, serta menggunakan *platform* tersebut untuk berbagai aktivitas seperti hiburan dan interaksi sosial, hingga meningkatkan keberhasilan mereka dalam berbagai aspek (García Jiménez et al., 2016). Namun, tidak semua konten Youtube memberikan dampak positif bagi penontonnya. Seringkali, terdapat *youtuber* yang menampilkan perilaku negatif, seperti berkata kasar, memukul, melempar benda, dan tindakan lainnya (Arzulan & Hasmira, 2023). Hal ini sering muncul di konten *gaming*, dimana beberapa *youtuber* memaki saat mengalami kekalahan bahkan merusak peralatan *gaming* mereka sebagai bentuk ekspresi emosi. Salah satu *youtuber gaming* Indonesia yang saat ini aktif dan populer di kalangan remaja adalah Windah Basudara.

Windah Basudara merupakan *youtuber gaming* tanah air yang lebih akrab disebut sebagai “bapak bocil kematian” (Sefrandov et al., 2021). Windah memiliki 16,7 juta *subscriber* dengan total 5.631 vidio. Nalendra et al. (2024) mengemukakan bahwa mayoritas penggemar Windah Basudara adalah remaja berusia 13-20 tahun. Windah Basudara sering melontarkan kata-kata makian seperti binatang hingga hal yang berbau sensual seperti organ vital perempuan dan laki-laki (Manullang et al., 2023). Hal itu dilakukannya ketika merasa kesal, frustrasi, atau terkejut saat bermain *game*, terutama menghadapi situasi yang sulit dan kalah berulang kali. Makian ini banyak ditiru oleh remaja yang mengidolakannya sebagai bentuk ekspresi diri atau merasa lebih dekat dengan Windah.

Arzulan & Hasmira (2023) menemukan bahwa remaja sering meniru perilaku buruk dari *youtuber gaming* salah satunya Windah Basudara seperti cara berbicara dan sikapnya ketika bermain *game*. Para remaja menganggap hal tersebut wajar diucapkan hingga menyebabkan orang tua dari remaja tersebut sering memarahi dan menasehati karena kebiasaan yang sering ribut hingga tengah malam, disertai makian binatang yang mengganggu ketenangan orang lain di lingkungan rumah. Hal ini menunjukkan betapa kuatnya fenomena *celebrity worship* di kalangan remaja, dimana idola tidak hanya memengaruhi preferensi hiburan, tetapi juga membentuk perilaku sehari-hari, bahkan dalam aspek berbahasa dan interaksi sosial.

Celebrity worship merujuk pada ketertarikan dan obsesi yang berlebihan terhadap selebriti tertentu, yang bisa bermanifestasi dalam berbagai tingkat, mulai dari ketertarikan biasa hingga perilaku obsesif (McCutcheon, 2002). Maltby & Day (2011) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai hubungan parasosial (hubungan satu arah dimana penggemar merasa mengenal dan terhubung dengan selebriti, tetapi selebriti tersebut tidak mengenalnya). *Celebrity worship* dibagi menjadi tiga tingkatan dari yang terendah yaitu *Entertainment Social*, penggemar hanya melihat selebriti sebagai sumber hiburan semata, tanpa memiliki emosional yang mendalam. *Intense Personal*, pada tingkat ini seorang penggemar mulai memiliki keterikatan emosional terhadap selebriti digambarkan perasaan yang sangat kuat dan terkadang tidak terkendali yang mungkin memengaruhi perilaku dan cara berpikir individu tersebut. *Borderline Pathological* merupakan tingkat pemujaan terhadap selebriti tertinggi, dimana penggemar tidak hanya memiliki kekaguman yang intens, tetapi perilaku mereka menjadi tidak terkontrol dan sangat tidak rasional, hingga bersedia melakukan apa saja demi idola mereka. Terdapat 4 faktor yang memengaruhi *celebrity worship* yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan, dan keterampilan sosial.

Berdasarkan survei awal secara *online* dalam bentuk *google form* pada tanggal 17-23 Januari 2025 kepada 31 remaja penggemar Windah Basudara. Diperoleh hasil sebanyak 21 responden berjenis kelamin perempuan dan 10 laki-laki. Hasil survei ini memperoleh jumlah remaja pada usia 19 tahun 6 orang dan 16 tahun 5 orang. Usia 17 tahun dan 22 tahun juga memiliki jumlah yang signifikan, yaitu 4 orang masing-masing. Sementara itu kelompok usia lainnya seperti 13, 14, 15, 18, 20, dan 21 tahun memiliki jumlah yang lebih kecil, sekitar 1 sampai 3 orang. Menunjukkan bahwa penggemar Windah Basudara yang menjadi responden dalam survei ini didominasi oleh kelompok usia remaja pertengahan hingga akhir.

Selanjutnya 29 responden menghabiskan waktu minimal 1 jam sehari untuk menonton Windah Basudara. Angka ini mencerminkan aspek *entertainment social*, dimana penggemar secara aktif mencari karya idola mereka dan menjadikannya bagian rutin dari hiburan sehari-hari. Selain itu, 22 responden sering mendiskusikan Windah Basudara bersama teman-temannya. Hal tersebut juga termasuk *entertainment social* dalam bentuk berbagi minat dan informasi tentang idola dalam lingkaran sosial mereka. Lebih lanjut 28 responden merasa kehilangan jika dalam sehari Windah Basudara tidak melakukan *live streaming*. Kondisi ini mengarah pada aspek *intense personal feeling*, dimana absennya idola menimbulkan kekosongan emosional atau ketidaknyamanan, menunjukkan adanya keterikatan yang lebih dalam dibandingkan sekadar hiburan biasa.

Hasil survei ini juga memperoleh sebanyak 23 responden meniru cara berbicara Windah Basudara dan sisanya 8 responden tidak meniru. Angka ini mengindikasikan kuatnya pengaruh seorang *youtuber* dalam membentuk kebiasaan verbal penggemarnya. Lebih jauh lagi, data menunjukkan motivasi dibalik peniruan tersebut 12 responden menganggap sebagai bentuk hiburan, 5 responden merasa keren, 4 responden memperluas relasi pertemanan, 3 responden berharap diakui sebagai "bocil kematian" (sebutan penggemar Windah Basudara), dan 2 responden bercita-cita menjadi *youtuber* seperti Windah Basudara, sisanya 6 responden tidak memiliki alasan. Menunjukkan bahwa peniruan perilaku *youtuber gaming* oleh remaja didorong oleh berbagai faktor, mulai dari kebutuhan hiburan hingga keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial. Hal ini juga mengindikasikan bahwa figur seperti Windah Basudara tidak hanya dijadikan sebagai sumber tontonan, tetapi juga panutan yang memengaruhi identitas remaja.

Penelitian mengenai *celebrity worship* di Indonesia khususnya yang berfokus pada selebriti *digital* seperti *youtuber*, masih tergolong terbatas. Sebagian besar penelitian yang ada

cenderung berfokus pada selebriti konvensional atau artis musik/film. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengkaji gambaran *celebrity worship* pada remaja penggemar *youtuber* Windah Basudara.

2. Tinjauan Pustaka

Celebrity worship merujuk pada ketertarikan dan obsesi yang berlebihan terhadap selebriti tertentu, yang bisa bermanifestasi dalam berbagai tingkat, mulai dari ketertarikan biasa hingga perilaku obsesif (McCutcheon, 2002). Maltby & Day (2011) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai hubungan parasosial (hubungan satu arah dimana pengagum merasa mengenal dan terhubung dengan selebriti, tetapi selebriti tersebut tidak mengenalnya). Pendapat lain mengatakan *celebrity worship* yaitu bentuk perasaan cinta yang berlebihan sehingga berubah menjadi pemujaan pada selebriti (Fatimah et al., 2021). Ayu & Astiti (2020) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai hubungan satu arah antara penggemar dengan seorang publik figur, dimana penggemar memiliki perasaan kagum berlebihan sehingga menyebabkan obsesi terhadap kehidupan publik figur tersebut. Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan, maka peneliti menyimpulkan bahwa *celebrity worship* merupakan perilaku pemujaan berlebihan hingga menjadi obsesi yang dilakukan penggemar terhadap selebriti idolanya, dimana penggemar ini selalu ingin terlibat dengan kehidupan idolanya dan akan melakukan apapun demi selebriti idolanya.

Maltby & Day (2011) membagi *celebrity worship* ke dalam tiga tingkatan. *Entertainment Social*, tingkatan ini yang paling rendah, dimana penggemar hanya menganggap selebriti sebagai hiburan. Pada tingkat ini, seseorang hanya akan menikmati dan membicarakan hal-hal yang berkaitan tentang kehidupan pribadi selebriti tanpa memiliki keinginan untuk terlibat lebih jauh atau merasakan koneksi personal yang mendalam. Interaksi penggemar hanya sebatas berbagi informasi dasar dengan teman-temannya. *Intense Personal*, tingkat ini merefleksikan seorang penggemar mulai memiliki keterikatan emosional terhadap selebriti dimana penggemar mulai merasa seolah-olah mereka memiliki hubungan personal dengan sang selebriti, meskipun interaksi nyata jarang atau bahkan tidak ada. Pada tingkat ini berpotensi memengaruhi perilaku dan cara berpikir penggemar. *Borderline Pathological*, tingkatan ini yang paling ekstrim, dimana seorang penggemar akan melakukan apa saja untuk idolanya. Perilaku penggemar pada tingkatan ini menjadi tidak terkontrol dan sangat irasional hingga berpotensi merugikan. Penggemar mungkin terlibat dalam penguntitan, menyebarkan informasi pribadi idola, bahkan melakukan tindakan kriminal demi mendapatkan perhatian atau keuntungan pribadi terkait idola.

McCutcheon (2002) menyebutkan terdapat 4 faktor yang memengaruhi *celebrity worship*. Jenis Kelamin, *celebrity worship* dapat terjadi pada laki-laki maupun perempuan. Namun, perempuan memiliki intensitas yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Usia, masa remaja dianggap sebagai puncaknya seseorang mengalami *celebrity worship*, yang kemudian akan perlahan menurun saat memasuki usia dewasa. Pendidikan, perilaku pemujaan lebih sering terlihat pada seseorang dengan tingkat kecerdasan yang terbilang rendah. Keterampilan sosial, seseorang dengan keterampilan sosial yang buruk akan menilai *celebrity worship* sebagai kompensasi atas tidak terjadinya hubungan sosial di dunia nyata.

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan tipe pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Sugiyono (2016) mendefinisikan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, data dikumpulkan melalui instrumen penelitian, kemudian analisis data bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan peneliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif merupakan metode penelitian

yang hanya melihat gambaran terhadap suatu fenomena yang telah ditentukan peneliti, tidak melihat hubungan, pengaruh, maupun perbedaan antar variabel (Periantalo, 2016).

Sugiyono (2016) populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek dengan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas penggemar Windah Basudara di saluran Whatsapp yang berjumlah 218.171 orang. Dalam penelitian ini, karena jumlah populasi telah diketahui dengan pasti maka pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, didapati nilai minimal sampel sebesar 100. Adapun kriteria sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu laki-laki dan perempuan berusia 16-22 tahun, tergabung dalam saluran Whatsapp Alomani Stiker, dan menonton Windah Basudara minimal 1 jam dalam sehari. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability* dengan jenis *purposive sampling*. Periantalo (2016) mengemukakan *non probability* atau tidak acak merupakan teknik dimana subjek tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi subjek penelitian. Sementara itu, *purposive sampling* yaitu dimana peneliti menentukan kriteria khusus terhadap subjek penelitian.

Penelitian ini menggunakan *Celebrity Attitude Scale (CAS)* berdasarkan 3 aspek yaitu *entertainment social*, *intense personal*, dan *borderline pathological*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini diadaptasi dan diterjemahkan oleh Wulansari et al. (2025) yang kemudian dimodifikasi sesuai fenomena peneliti. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif untuk mengetahui gambaran *celebrity worship*. Analisis data penelitian ini dibantu menggunakan *software JASP (Jeffrey's Amazing Statistic Program)* versi 0.19.3. Berdasarkan uji validitas *Celebrity Attitude Scale* dengan jumlah 34 aitem kepada 50 subjek, didapatkan hasil bahwa 33 aitem dikatakan valid dan 1 aitem tidak valid. Uji reliabilitas *Celebrity Attitude Scale* menggunakan Alpha Cronbach dan didapatkan hasil skor reliabilitas sebesar 0.944.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Responden yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 350 responden dengan deskripsi sebagai berikut.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	127	36%
Perempuan	223	64%
Total	350	100%

Berdasarkan tabel 1. terlihat bahwa responden didominasi oleh perempuan dengan jumlah 223 orang (64%) sedangkan laki-laki 127 orang (36%).

Tabel 2. Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
16	96	27%
17	70	20%
18	67	19%
19	50	14%
20	24	7%
21	24	7%
22	19	6%
Total	350	100%

Berdasarkan tabel 2. menunjukkan terdapat 96 orang (27%) berusia 16 tahun, 70 orang (20%) berusia 17 tahun, 67 orang (19%) berusia 18 tahun, 50 orang (14%) berusia 19 tahun, 24 orang (7%) berusia 20 dan 21 tahun, dan 19 orang (6%) berusia 22 tahun.

Tabel 3. Status Responden

Status	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar	180	51%
Mahasiswa	108	31%
Bekerja	62	18%
Total	350	100%

Pada tabel 3. terlihat bahwa 180 orang (51%) berstatus pelajar, 108 orang (31%) mahasiswa, dan 62 orang (18%) pekerja.

Tabel 4. Hasil Aspek Dominan

<i>Celebrity Worship</i>	Frekuensi	Persentase (%)
<i>Entertainment Social</i>	51	14.57%
<i>Intense Personal Feeling</i>	266	76%
<i>Borderline Pathological</i>	33	9.43%
Total	350	100%

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa 51 (14.57%) responden berada pada kategori rendah, 266 (76%) responden berada pada kategori sedang, dan 33 (9.43%) responden berada pada kategori tinggi.

Tabel 5. *Celebrity Worship* ditinjau berdasarkan Jenis Kelamin

<i>Celebrity Worship</i>	Jenis Kelamin		Total
	Laki-laki	Perempuan	
<i>Entertainment Social</i>	20 (15.75%)	31 (13.9%)	51 (14.57%)
<i>Intense Personal Feeling</i>	93 (73.23%)	173 (77.58%)	266 (76%)
<i>Borderline Pathological</i>	14 (11.02%)	19 (8.52%)	33 (9.43%)
Total	127 (100%)	223 (100%)	350 (100%)

Berdasarkan tabel 5. diketahui bahwa subjek yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan paling banyak melakukan *celebrity worship* pada tingkat *intense personal feeling* dengan jumlah 93 (73.23%) laki-laki dan 173 perempuan (77.58%). Selanjutnya berada pada tingkat *entertainment social* dengan jumlah 20 laki-laki (15.75%) dan 31 perempuan (13.9%), dan paling sedikit pada tingkat *borderline pathological* dengan jumlah 14 laki-laki (11.02%) dan 19 perempuan (8.52%).

Tabel 6. *Celebrity Worship* ditinjau berdasarkan Usia

<i>Celebrity Worship</i>	Usia		Total
	Remaja Madya	Remaja Akhir	
<i>Entertainment Social</i>	29 (12.45%)	22 (18.8%)	51 (14.57%)
<i>Intense Personal Feeling</i>	179 (76.82%)	87 (74.36%)	266 (76%)
<i>Borderline Pathological</i>	25 (10.73%)	8 (6.84%)	33 (9.43%)
Total	233 (100%)	117 (100%)	350 (100%)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa subjek yang berusia 16-18 tahun (remaja madya) paling banyak melakukan *celebrity worship* pada tingkat *intense personal feeling* dengan jumlah 179 orang (76.82%), diikuti *entertainment social* sebanyak 29 orang (12.45%), dan *borderline pathological* sebanyak 25 orang (10.73%). Hal serupa juga terjadi pada subjek yang berusia 19-22 tahun (remaja akhir) paling banyak melakukan *celebrity worship* pada tingkat *intense personal feeling* dengan jumlah 87 orang (74.36%), diikuti *entertainment social* sebanyak 22 orang (18.8%), dan *borderline pathological* sebanyak 8 orang (6.84%).

Tabel 7. *Celebrity Worship* ditinjau berdasarkan Status

<i>Celebrity Worship</i>	Status			Total
	Pelajar	Mahasiswa	Bekerja	
<i>Entertainment Social</i>	19 (10.56%)	22 (20.37%)	10 (16.13%)	51 (14.57%)
<i>Intense Personal Feeling</i>	142 (78.89%)	75 (69.44%)	49 (79.03%)	266 (76%)
<i>Borderline Pathological</i>	19 (10.56%)	11 (10.19%)	3 (4.84%)	33 (9.43%)
Total	180 (100%)	108 (100%)	62 (100%)	350 (100%)

Berdasarkan tabel 7. diketahui bahwa mayoritas subjek berada pada tingkat *intense personal feeling* yang didominasi oleh pelajar dengan jumlah 142 orang, diikuti mahasiswa sebanyak 75 orang, dan pekerja sebanyak 49 orang. Pada tingkat *entertainment social* mahasiswa menjadi kelompok terbanyak dengan jumlah 22 orang, diikuti pelajar sebanyak 19 orang, dan pekerja sebanyak 10 orang. Pada tingkat *borderline pathological* sebagian besar merupakan pelajar yaitu 19 orang kemudian mahasiswa 11 orang, dan paling sedikit pekerja 3 orang.

Tabel 8. *Celebrity Worship* ditinjau berdasarkan Keterampilan Sosial

Keterampilan Sosial	Ya	Tidak	Total
Apakah Anda merasa nyaman ketika berbicara di depan banyak orang?	159 (45.43%)	191 (54.57%)	
Apakah Anda sering berbagi cerita atau pengalaman pribadi dengan orang lain?	210 (60%)	140 (40%)	
Apakah Anda mudah menjalin pertemanan baru?	203 (58%)	147 (42%)	350 (100%)
Apakah Anda memiliki banyak teman akrab yang bukan penggemar Windah Basudara?	299 (85.43%)	51 (14.57%)	
Apakah anda selalu memberikan bantuan kepada teman atau orang lain yang membutuhkan?	332 (94.86%)	18 (5.14%)	

Tabel di atas menunjukkan hasil data mengenai *celebrity worship* yang ditinjau melalui keterampilan sosial. Pertanyaan pertama menunjukkan bahwa 159 responden (45.43%) merasa nyaman, sementara 191 (54.57%) tidak merasa nyaman. Pertanyaan kedua sebanyak 210 responden (60%) memiliki kecenderungan untuk berbagi cerita atau pengalaman pribadi dengan orang lain 140 responden (40%) tidak. Pertanyaan ketiga menunjukkan bahwa 203 responden (58%) merasa mudah menjalin pertemanan baru dan 147 responden (42%) tidak. Pertanyaan keempat menunjukkan bahwa 299 responden (85.43%) memiliki lingkaran pertemanan yang tidak hanya terbatas pada minat spesifik (seperti penggemar Windah Basudara). Pertanyaan kelima, dijawab "Ya" oleh 332 responden dan "Tidak" oleh 18 responden. Menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kepedulian yang tinggi untuk membantu orang lain.

Pembahasan

Hasil penelitian didapatkan bahwa mayoritas remaja penggemar Windah Basudara mengalami *celebrity worship* pada tingkat sedang yaitu *intense personal feeling*. Dominannya remaja

penggemar Windah Basudara yang menunjukkan *celebrity worship* pada tingkat *intense personal feeling* dapat dijelaskan oleh dua hal. Windah Basudara dikenal sebagai *youtuber* melalui konten *live streaming*-nya. Adanya fitur seperti *live chat* dan donasi pesan pribadi menciptakan kesempatan bagi penggemar untuk merasa diperhatikan dan didengar oleh Windah. Windah juga beberapa kali melakukan *live streaming* khusus, yang dimana memberikan kesempatan bagi para penggemarnya untuk mencurahkan isi hati mereka secara langsung melalui *platform* Discord. Pada sesi-sesi tersebut, banyak remaja yang memanfaatkan kesempatan ini untuk mengungkapkan berbagai masalah pribadi, kekhawatiran, atau kebahagiaan mereka kepada Windah. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat membentuk dan memperkuat ilusi kedekatan dan koneksi personal, seolah-olah idola benar-benar mengenal secara individu setiap penggemarnya. Sejalan dengan hasil penelitian Lestari et al. (2021) yang menemukan bahwa perkembangan teknologi terutama media sosial mempermudah seseorang untuk mengetahui perkembangan mengenai idolanya, sehingga sangat mempengaruhi seseorang dalam mengidolakan selebriti yang disukainya. Komunitas penggemar Windah Basudara yang kuat juga punya peran besar. Adanya komunitas ini, penggemar merasa punya tempat dan bagian dari suatu kelompok. Kekompakan dalam komunitas ini bisa membuat tingkat kekaguman pada Windah Basudara jadi lebih tinggi, tidak hanya mengagumi karya Windah, tetapi juga merasa memiliki ikatan emosional. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Fatimah et al. (2021) yang menemukan bahwa keterlibatan dalam komunitas dapat memperkuat identifikasi dengan idola dan meningkatkan intensitas *celebrity worship*, karena kekaguman terhadap idola menjadi bagian dari identitas kelompok dan memberikan rasa memiliki.

Celebrity worship remaja penggemar Windah basudara ditinjau melalui jenis kelamin, didapatkan bahwa yang mengalami *celebrity worship* lebih banyak pada remaja perempuan. Hal ini terjadi karena remaja perempuan cenderung lebih sering mengekspresikan emosi secara terbuka dan membentuk ikatan interpersonal yang mendalam. Seperti yang dijelaskan oleh Lin dan Lin (dalam Benu et al., 2019) pemujaan terhadap selebriti umumnya ditujukan pada sosok yang berbeda jenis kelamin dengan individu yang mengidolakan, dan remaja perempuan sering menemukan bahwa figur idola laki-laki dapat memberikan keterikatan romantis yang aman bagi mereka. *Celebrity worship* ditinjau melalui usia, didapatkan bahwa remaja penggemar Windah Basudara yang mengalami *celebrity worship* lebih banyak pada usia remaja madya (16-18 tahun) dibandingkan dengan remaja akhir (19-22 tahun). Santrock (2012) mengemukakan masa remaja (*adolescence*) dimulai sekitar usia 10 sampai 12 tahun dan berakhir di usia 18 sampai 22 tahun. Pendapat lain, Hurlock (1980) mengatakan usia 19-22 tahun sudah termasuk ke dalam usia dewasa awal. Berdasarkan batasan usia tersebut, temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Maltby et al. (2005) yang menunjukkan bahwa fenomena *celebrity worship* cenderung lebih sering terjadi dan mencapai puncaknya selama masa remaja, namun intensitasnya akan menurun drastis atau bahkan menghilang seiring individu mulai memasuki usia dewasa.

Ditinjau melalui status, didapatkan bahwa remaja penggemar Windah Basudara yang berstatus pelajar yang paling banyak mengalami *celebrity worship*. Hurlock (1980) menyebutkan bahwa salah satu ciri remaja adalah pencarian jati diri. Hasil penelitian ini memperlihatkan kelompok pelajar masih dalam fase aktif pencarian identitas dan pembentukan jati diri. Sejalan dengan hasil penelitian Alya et al. (2022) bahwa remaja yang berstatus pelajar, masih sangat aktif dalam proses pencarian identitas diri sehingga remaja seringkali mencari figur yang bisa menjadi contoh, yang dinilai menarik dan mengandung nilai-nilai ideal menurut mereka. Hasil ini juga diperkuat penelitian Pratiwi & Sitasari (2021) yang menemukan bahwa individu dengan latar belakang pendidikan terakhir sebagai pelajar (SMP/SMA/SMK/Sederajat)

dominan melakukan *celebrity worship* pada tingkat sedang hingga tinggi *borderline pathological*. Sementara itu, latar belakang pendidikan terakhir sebagai mahasiswa (S1) lebih banyak melakukan *celebrity worship* pada tingkat *entertainment social*, yang dimana tingkat ini merupakan tingkat kekaguman paling rendah.

Celebrity worship ditinjau melalui keterampilan sosial, didapatkan bahwa remaja penggemar Windah Basudara memiliki keterampilan sosial yang cukup baik, terutama dalam hal berbagi pengalaman, menjalin pertemanan baru, dan memberikan bantuan. Temuan ini menarik karena berlawanan dengan Maltby et al (2005) yang menyatakan bahwa seseorang dengan keterampilan sosial yang buruk akan menilai *celebrity worship* sebagai kompensasi atas tidak terjadinya hubungan sosial di dunia nyata. Remaja Penggemar Windah Basudara justru menunjukkan bahwa *celebrity worship* memungkinkan mereka untuk lebih aktif berbagi minat, membentuk pertemanan baru, dan terlibat dalam aktivitas sosial dalam komunitas sesama penggemar maupun di luar komunitas.

5. Simpulan

Berdasarkan penelitian terhadap 350 remaja penggemar *youtuber* Windah Basudara, ditemukan bahwa mayoritas menunjukkan *celebrity worship* pada tingkat *intense personal feeling*. Hal ini didorong oleh dua faktor utama, interaksi yang difasilitasi media sosial serta solidnya komunitas penggemar yang memberikan rasa memiliki dan memperkuat ikatan emosional. Penelitian ini juga menunjukkan secara jelas *celebrity worship* lebih dominan pada remaja perempuan dan tingkat kekaguman ini paling tinggi terjadi pada remaja madya. Secara status, pelajar menunjukkan *celebrity worship* paling tinggi. Menariknya, meskipun beberapa teori mengaitkan *celebrity worship* dengan keterampilan sosial yang buruk, remaja penggemar Windah Basudara justru memiliki keterampilan sosial yang baik. Ini mengindikasikan bahwa bagi remaja penggemar Windah Basudara, *celebrity worship* justru memfasilitasi dan memperkuat interaksi sosial di dalam maupun di luar komunitas penggemar.

Daftar Referensi

- Alya, S., Sitasari, N. W., & Safitri. (2022). Celebrity Workshop Girl Group "Twice" pada Remaja. *JCA Psikologi*, 3(1), 1-11. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jpsy/article/view/182>
- APJIII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Arzulan, C. M., & Hasmira, M. H. (2023). Perubahan Perilaku Remaja Akibat Content Creator Youtube Gaming Pada Kelurahan Air Tawar Barat Kota Padang. *Jurnal Perspektif*, 6(1), 28-37. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v6i1.715>
- Benu, J. M. Y., Takalapeta, T., & Nabit, Y. (2019). *Perilaku Celebrity Worship pada Remaja Perempuan*. 1(1), 13-25.
- Fatimah, N., Noviekayati, I., & Rina, A. P. (2021). Perilaku Celebrity Worship pada remaja komunitas Nctzens di Indonesia ditinjau dari loneliness. *Sukma : Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(02), 122-135.
- Fronika, W. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja. *Fak. Ilmu Pendidik. Univ. Negeri Padang*, 1-15. <https://osf.io/g8cv2/download>
- García Jiménez, A., Catalina García, B., Cruz López De Ayala, M., & Cruz López De, M. (2016). Adolescents and Youtube: Creation, Participation, and Consumption. *Nº Especial*,

1, 60-89.

- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (5th ed.). Erlangga.
- Lestari, I., Zaharuddin, Z., & Afifah, S. (2021). Celebrity Worship pada Dewasa Awal Penggemar K-Pop di Palembang. *Indonesian Journal of Behavioral Studies*, 1(1), 29-41. <https://doi.org/10.19109/ijobs.v1i1.9254>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.12.014>
- 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. <https://doi.org/10.1348/135910704X15257>
- Manullang, Y., Andrean, J., Efendy, R., Irfandi, A., Dewanto, Y., Ramadhani, M., Rahmadani, O., & Nurhayati, E. (2023). Dampak Penggunaan Bahasa Youtuber Gaming Windah Basudara Terhadap Perilaku Anak Dibawah Umur. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 02(12), 1033-1039.
- McCutcheon, L. (2002). *Conceptualization and measurement of celebrity worship* Lynn E McCutcheon; Rense Lange; James Houran. March. <https://doi.org/10.1348/000712602162454>
- Nalendra, R., Rizqi, M., & Komunikasi, I. (2024). Analisis Resepsi Subscriber Youtube Windah Basudara. 2(01), 417-424.
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikolog*. Pustaka Belajar.
- Petra, U. K., Sefrandov, D., Luik, J. E., Yogatama, A., Komunikasi, P. I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2021). *Penerimaan Citra Windah Basudara oleh Penonton Pada Konten Charity di Youtube*.
- Pratiwi, A. I., & Sitasari, N. W. (2021). Gambaran Celebrity Worship Pada Suporter Sepak Bola. *JCA Psikologi*, 2(September), 197-208.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Santrock, John, W. (2012). *Life-Span Development: Perkembangan Masa Hidup Jilid 1* (13th ed.). Erlangga.
- Slice. (2024). [Edisi 2024] *Tren Pengguna Media sosial dan Digital Marketing Indonesia*. Slice.Id. <https://www.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wulansari, N, M, A., Iskandar, S., Widiarti, E., & Prasetya, N. W. (2025). *Cultural Adaptation Celebrity Attitude Scale (CAS) in Indonesian Community*. 16(January), 224-232. <https://doi.org/10.31674/mjn.2025.v16i03.022>