



GAMBARAN POLA KOMUNIKASI ORANG TUA DALAM MEMANTAU PERILAKU CELEBRITY WORSHIP REMAJA PENGGEMAR NCT DI TWITTER

Nita Novita Sari, Ahmad Zamzamy

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Abstrak

Keberadaan K-Pop seringkali dikaitkan dengan perilaku pemujaan selebriti (celebrity worship) utamanya di media sosial. Perilaku celebrity worship terdiri dari banyak tingkatan dengan beragam bentuk perilaku yang ditunjukkan. Penelitian ini fokus pada salah satu fandom besar K-Pop yakni penggemar NCT yang aktif di twitter. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pola komunikasi yang diterapkan orang tua dalam memantau perilaku celebrity worship yang terjadi di twitter. Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendapatkan gambaran secara spesifik pola komunikasi yang diterapkan sehari-hari antara orang tua dan remaja. Dari data yang didapatkan di lapangan, para orang tua menerapkan pola komunikasi demokratis yang didukung dengan penerapan mediasi internet yang sudah dikombinasikan. Pola komunikasi demokratis dan penerapan mediasi internet dinilai efektif untuk memantau remaja di era digital ini sekaligus untuk membangun kedekatan orang tua dan remaja. Kedekatan orang tua dan remaja yang terbangun dari pola komunikasi demokratis akan berpengaruh positif pada perkembangan remaja dan self-esteem mereka. Para orang tua perlu mempertahankan iklim komunikasi yang baik dengan para remaja agar mereka semakin terbuka dan bisa memiliki kontrol diri yang baik.

Kata Kunci: Pola Komunikasi, Mediasi Internet, Pemujaan Selebriti, Remaja, Twitter.

PENDAHULUAN

Korean Pop atau K-Pop telah banyak dikenal sebagai salah satu produk budaya populer tersukses.

Hingga saat ini K-Pop telah mampu meraih atensi publik hingga akhirnya tercipta kelompok penggemar yang loyal. Hal itu adalah contoh kesuksesan budaya

populer yang mampu bersaing di dunia industri hiburan serta berkaitan dengan kapitalisme industri (Khotimah, 2021). *Korean Pop* atau K-Pop merupakan jenis musik asal Korea Selatan yang memadukan berbagai genre musik dengan tetap memasukkan elemen budaya ala Korea Selatan (Paris & Roca, 2021). Tidak lupa juga K-Pop dikenal dengan sinkronasi gerakan pada grup penyanyi pria dan wanitanya.

Kemunculan budaya populer akan membentuk kelompok penggemar loyal. Setiap kelompok penggemar atau yang juga dikenal dengan fandom (*fan kingdom*) biasanya akan membentuk identitas tersendiri yang menjadi ciri khas mereka. Sama halnya dengan kelompok penggemar K-Pop dimana mereka dikenal memiliki nama klub penggemar, logo, warna resmi, dan *fanlight*. Selain memiliki pengenalan berupa identitas tersendiri, penggemar grup K-Pop juga melakukan beberapa hal yang menunjukkan kelayakan mereka seperti aktif menggunakan berbagai media sosial, membeli album dan *merchandise* idola, serta datang ke konser (Sa'diyah, 2019).

Indonesia menjadi salah satu negara dengan penggemar K-Pop terbesar di dunia. Salah satu indikator yang memperlihatkan hal tersebut adalah keaktifan penggemar K-Pop di twitter. Berdasarkan data yang dikelola Twitter, terdapat 7,5 miliar cuitan yang berkaitan dengan K-Pop pada periode Juli 2020 hingga Juni 2021 (Javier, 2021). Berdasarkan artikel IDN Times pada 2019, terdapat demografi penggemar K-Pop di Indonesia yang didominasi oleh remaja sebesar 47,4% (Triadanti, 2019). Rentang usia tersebut meliputi remaja awal hingga remaja akhir.

Remaja merupakan salah satu fase penting dalam kehidupan seseorang. Hal tersebut dikarenakan fase remaja merupakan fase perkembangan berbagai aspek penting seperti aspek fisik, kognitif, emosi, sosial, moral,

kepribadian, hingga kesadaran beragama (Yusuf, 2011). Begitu banyaknya perkembangan selama fase remaja membuat mereka membutuhkan sosok lain yang bisa dijadikan panutan dan motivasi (Ayunita & Andriani, 2018). Sosok tersebut akhirnya dapat hadir dalam diri idola, termasuk pula idola K-Pop yang mampu menarik perhatian remaja untuk diidolakan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ratna pada 2021 tentang digital fandom dan media baru, twitter menjadi media sosial yang paling sering digunakan oleh penggemar K-Pop (Ratna, 2021). Aktivitas penggemar K-Pop di twitter tidak hanya sebatas interaksi dengan idola ataupun sesama penggemar tetapi bisa menjadi *digital activism* untuk kepentingan idola dan fandomnya. Seringkali penggemar K-Pop menaikkan *mass hashtag* dan melakukan voting digital untuk mendukung idolanya dalam berprestasi. Selain itu, twitter juga dapat dijadikan media untuk pembelian album dan *merchandise* idola K-Pop.

Bicara masalah penggemar K-Pop tidak bisa terlepas dari adanya stereotip bahwa mereka adalah sekelompok penggemar yang obsesif dan konsumtif (Amelia, 2022). Obsesif dan konsumtif yang selama ini ditujukan pada penggemar K-Pop sejatinya dapat mengindikasikan adanya sindrom pemujaan selebriti atau *celebrity worship syndrome*. Kendati demikian tidak selamanya hanya penggemar K-Pop yang diindikasikan memiliki perilaku pemujaan selebriti. Semua orang yang punya sosok idola berpotensi untuk mengalami hal tersebut.

Menurut Meccutcheon, Ashe, Houran, dan Maltby, perilaku pemujaan selebriti mengindikasikan adanya obsesi berlebihan dan fantasi yang tidak wajar terhadap sang selebriti atau idola (Maltby et al., 2003). Dalam penelitiannya mengenai perilaku *celebrity worship*, Maltby dan rekan-rekannya mengkategorikan perilaku

pemujaan selebriti dalam tiga tingkatan yakni tingkat rendah, sedang, dan tinggi. Semua bergantung pada intensitas penggemar dalam mengikuti idolanya serta perilaku-perilaku yang ditunjukkan.

Pada tingkat rendah, penggemar akan memperlihatkan perilaku yang masih berfokus pada ranah hiburan atau *entertainment-social level*. Dalam tingkatan ini, penggemar masih fokus untuk menikmati konten-konten idola sebagai hiburan di waktu senggang. Mereka juga mulai membeli hal-hal yang berkaitan dengan idolanya dalam tingkatan yang masih bisa dimaklumi nominalnya. Selain itu, penggemar dengan tingkat pemujaan selebriti rendah cenderung senang berinteraksi dengan sesama penggemar di media sosial dan melontarkan candaan penggemar (*fan jokes*).

Pada tingkat sedang, penggemar sudah mulai mengaitkan idola dengan emosi dan perasaan yang mereka rasakan atau dikenal pula dengan *personal-feeling level*. Penggemar akan merasakan banyak emosi seperti senang, bangga, sedih, marah, kecewa, dan emosi lain ketika ada hal yang berhubungan dengan idolanya. Perasaan ini muncul karena semakin meningkatnya intensitas untuk mengikuti perjalanan idola hingga meningkatkan adanya hubungan parasosial antara idola dan fans.

Pada tingkat tinggi, penggemar berada di tahap mereka mampu untuk bertindak egois, impulsif, bahkan merugikan banyak orang untuk memenuhi keinginan mereka. Hal itu dikenal dengan *borderline-pathological level* karena melibatkan aspek psikologis seseorang mengenai fantasi dan obsesi yang sengaja diciptakan dalam pikiran penggemar.

Menanggapi adanya perilaku pemujaan selebriti, maka perlu adanya pendampingan pada aktivitas para penggemar, termasuk dalam hal ini penggemar K-Pop. Apalagi ketika

penggemar K-Pop tersebut masih berada pada fase remaja yang penuh dengan kelabilan dan pencarian jati diri. Oleh karena itu, perlu ada pemantauan dari sisi orang tua. Pemantauan dapat dilakukan dengan membangun pola komunikasi dengan remaja. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Diana Baumrind mengenai pola komunikasi dalam keluarga, terdapat empat pola komunikasi yang diterapkan dalam keluarga (Fadlillah & Fauziah, 2022). Empat pola komunikasi tersebut adalah pola komunikasi otoriter, pola komunikasi permisif, pola komunikasi demokratis, dan pola komunikasi tidak peduli. Keempat pola komunikasi tersebut memiliki karakteristiknya masing-masing berikut dampaknya pada anak.

Selain pola komunikasi orang tua juga perlu memperhatikan penggunaan internet dan media sosial anaknya. Oleh karena itu, orang tua dapat menerapkan teori mediasi internet orang tua yang dikembangkan oleh Livingstone dan kawan-kawan. Teori tersebut sejatinya adalah pengembangan dari teori mediasi orang tua yang masih mencakup media massa konvensional. Melalui teori mediasi internet orang tua yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, para orang tua dapat memantau perilaku remaja yang aktif di media sosial (Iqbal et al., 2021).

Livingstone dan kawan-kawan menggolongkan teori mediasi internet orang tua dalam lima kelompok yakni tipe mediasi instruktif yang melibatkan pengarahan secara langsung tentang penggunaan internet, tipe mediasi terbatas yang membatasi gerak dan ruang remaja dalam mengakses internet, tipe mediasi pemantauan yang melakukan pemantauan terhadap apa saja yang diakses anak setiap harinya, tipe mediasi teknis yang secara teknis mengatur akses internet remaja menjadi seperti keinginan orang tua, tipe mediasi internet aktif yang memberikan ruang

untuk diskusi tentang pemanfaatan internet berikut hal-hal apa saja yang bisa mereka akses sesuai usianya, serta yang terakhir tipe mediasi tidak termediasi digital yang berarti para orang tua tidak memiliki kecakapan dalam pemanfaatan media internet (Iqbal et al., 2021).

Berkaca dari tinjauan pustaka di atas, penelitian ini fokus untuk meneliti mengenai gambaran pola komunikasi yang diterapkan para orang tua dalam memantau perilaku *celebrity worship* remaja penggemar NCT di twitter. Penentuan remaja penggemar NCT ini didasarkan pada salah satu kasus yang menarik perhatian banyak pihak beberapa waktu yang berkaitan dengan perilaku *celebrity worship* yakni Safa's Space.

Dalam kasus Safa's Space terjadi praktik intimidasi dari sesama penggemar grup NCT terhadap Safa yang membuat cuitan merendahkan salah satu anggota NCT. Didasari rasa tidak terima karena idolanya direndahkan, maka penggemar bernama Sabrina mengadakan *space* atau diskusi audio di twitter bersama penggemar NCT lain. Namun, bukannya menyelesaikan masalah justru penyelenggaraan *space* tersebut menimbulkan masalah baru karena terjadi *power abuse* dan pengancaman yang ditujukan pada Safa (Sekarwangi, 2022; Zulmi, 2022).

Selain masalah Safa's Space, fandom NCT juga tidak bisa terlepas dari perkara pertengkaran dengan penggemar lain (*fanwar*) serta konsumerisme. Dua hal tersebut juga dapat menunjukkan indikasi adanya perilaku *celebrity worship* karena sudah melibatkan ambisi dan obsesi yang mungkin saja tidak bisa terkontrol lagi.

Berdasarkan permasalahan terjadi dalam fandom grup NCT terutama pada remajanya, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pola komunikasi yang diterapkan orang tua dalam memantau perilaku *celebrity worship*

yang terjadi di twitter. Dalam penelitian ini pun akan tergambar bagaimana penguasaan internet orang tua agar bisa tetap optimal dalam melakukan pemantauan.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan kategorinya, penelitian ini termasuk dalam kelompok penelitian kualitatif yang fokus pada kedalaman makna dan penyelesaian masalah pada konteks tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yang menggambarkan perilaku kelompok masyarakat tertentu secara detail mengenai sebuah fenomena yang terjadi (Nugrahani, 2014). Melalui metode tersebut diharapkan dapat menggambarkan penerapan pola komunikasi serta mediasi internet yang dilakukan orang tua dalam memantau perilaku *celebrity worship* remaja di twitter.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari tujuh pasang orang tua dan remaja penggemar grup NCT usia 13-18 tahun yang aktif di twitter. Penentuan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling* sesuai kriteria yang peneliti tetapkan. Dalam penelitian ini, seluruh identitas informan akan disamarkan untuk menerapkan etika dalam penelitian. Informan akan disebutkan dengan menggunakan inisial.

Dalam penelitian ini, peneliti membutuhkan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui wawancara mendalam dengan para informan berbekal pedoman wawancara yang telah peneliti siapkan. Sementara untuk data sekunder, peneliti mendapatkannya dari literatur dan penelitian terdahulu dengan fokus serupa dengan penelitian ini.

Proses selanjutnya adalah menganalisa data dimana peneliti memanfaatkan analisis Miles dan Huberman. Dalam analisis Miles dan Huberman, terdapat empat tahapan yang

dilalui yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Pola Komunikasi antara Orang Tua dan Remaja Penggemar NCT

Dalam penelitian ini, para orang tua menerapkan pola komunikasi demokratis. Hal ini terjadi karena para orang tua memberikan kebebasan pada remaja berkaitan dengan sosok idola dan mereka pun menghargai hobi dan kegemaran remaja terhadap NCT. Namun, yang perlu ditekankan adalah para remaja tetap berkomitmen untuk mengutamakan pembelajaran. Orang tua tetap berharap para remaja dapat meraih hasil yang memuaskan. Idola K-Pop bagi sebagian besar orang tua dapat dijadikan motivasi dari segi kerja keras mereka untuk meraih mimpi. Penerapan pola komunikasi yang memberikan kebebasan bersyarat pada remaja ini termasuk dalam karakteristik pola komunikasi demokratis (Li, 2021).

Selain komitmen untuk tetap mengutamakan kegiatan belajar, remaja juga diarahkan untuk bisa menjaga batasan sebagai seorang penggemar. Orang tua tidak akan setuju jika remaja bertindak berlebihan hingga mengganggu fokus belajar bahkan merugikan orang lain. Adanya arahan ini menjadi salah satu pedoman remaja untuk lebih berhati-hati dalam menunjukkan perilaku sebagai penggemar NCT.

Penerapan pola komunikasi demokratis yang diterapkan para orang tua dalam penelitian ini juga dinilai efektif untuk membangun dan meningkatkan kedekatan dengan remaja. Secara tidak langsung akan sering terjadi interaksi antara remaja dan orang tua dengan topik pembicaraan grup NCT. Keterbukaan ini yang akhirnya menjadi pemicu diskusi dan meningkatnya keterikatan orang tua dan anak.

Ditambah lagi sebagian orang tua juga turut berpartisipasi langsung memberikan dukungan atas hobi remaja. Tidak hanya sebatas dukungan berupa ijin melainkan juga terlibat dalam pembelian barang-barang tentang NCT dan K-Pop seperti *photocard* hingga tiket konser. Namun, sekalipun menggemari K-Pop orang tua tetap mengingatkan untuk tetap menghargai dan mencintai budaya asli Indonesia. Hal ini secara tidak langsung dilakukan untuk tetap mempertahankan kebanggaan dan rasa cinta terhadap budaya bangsa.

Dukungan positif yang diberikan orang tua tentu menambah kepercayaan diri remaja. Informan pun mengakui bahwa mereka harus menjaga kepercayaan orang tuanya karena telah diijinkan untuk memenuhi hasrat dan keinginan sebagai penggemar grup NCT. Secara positif pola komunikasi demokratis akan berpengaruh pada *self-esteem* remaja. Remaja akan mampu memilah hal positif dan negatif yang ada di K-Pop dan mempertimbangkan perilaku apa saja yang layak dilakukan tanpa merugikan orang lain serta mengecewakan orang tua. Keterkaitan pola komunikasi dan *self-esteem* remaja penggemar K-Pop ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Maryam dan Dewi mengenai pengaruh pola asuh orang tua dan *celebrity worship* terhadap *self-esteem* remaja penggemar K-Pop di DKI Jakarta yang menyatakan bahwa penerapan pola komunikasi demokratis pada remaja dapat meningkatkan *self-esteem* dalam diri mereka (Maryam & Dewi, 2016).

Keterbukaan orang tua yang mengizinkan remaja untuk menggemari K-Pop terutama NCT tentunya tidak terlepas dari adanya konflik. Ketika orang tua menilai remaja sudah melanggar komitmen yang ditetapkan sebelumnya, maka orang tua berhak untuk mengambil tindakan dan menertibkan mereka. Remaja pun diberi pengertian bahwa sekalipun orang tua

mengijinkan mereka menggemari K-Pop tetapi tetap hal itu tidak membuat remaja bisa bebas semau mereka hingga lupa akan waktu dan tugas-tugas yang harus dilakukan. Setiap orang tua punya cara tersendiri untuk mendisiplinkan remaja karena bergantung dari cara pendekatan dan faktor-faktor lain yang berkaitan dengan latar belakang sebuah keluarga.

Penerapan Mediasi Internet Orang Tua terhadap Twitter

Para orang tua dalam penelitian ini menerangkan bahwa mereka tidak cukup familiar terhadap twitter. Mereka bukan tipikal orang tua yang buta akan teknologi karena berdasarkan hasil wawancara mereka memiliki media sosial seperti whatsapp, instagram, dan facebook. Namun, ketidakfamiliaran terhadap twitter ini yang kemudian mempengaruhi tipe pemantauan mereka pada remaja saat menggunakan twitter.

Dalam penelitian ini, bila dikelompokkan orang tua menerapkan kombinasi tipe mediasi internet yakni kombinasi antara tipe mediasi internet aktif dan tipe mediasi teknis serta tipe mediasi internet tidak termediasi digital dan tipe mediasi teknis. Penerapan tipe kombinasi pertama dilakukan oleh orang tua informan D, hal ini karena orang tua D sempat memiliki akun twitter dan paham fitur-fitur dasar twitter tetapi karena sudah lama tidak aktif maka, beliau tidak lagi bisa memantau secara langsung. Akhirnya orang tua D memberikan pemahaman mengenai penggunaan twitter secara bijak dan D mampu bertanggung jawab atas semua unggahannya. D pun terbuka mengenai unggahnya di twitter sehingga kadang D dan orang tuanya berdiskusi tentang NCT ataupun hal lain. Pemberian arahan dan pemahaman mengenai penggunaan twitter ini merupakan salah satu karakteristik tipe mediasi internet aktif yang efektif untuk diaplikasikan (Dedkova et al., 2022). Selain mediasi

interent aktif, orang tua D juga menerapkan tipe mediasi teknis karena D melanggar komitmen dengan tergabung dalam komunitas yang tidak sesuai dengan usianya. Orang tua D pun mengambil tindakan dengan membatasi penggunaan *handphone* bagi D selama beberapa waktu. Pembatasan akses internet hingga *gadget* bagi D ini merupakan salah satu karakteristik tipe mediasi teknis yang dapat dilakukan untuk memberikan efek jera dan disiplin bagi remaja (Izzaura, 2014; Pratiwi & Hasanah, 2022).

Berlanjut pada tipe mediasi internet enam orang tua lainnya. Para orang tua A, B, C, E, F, dan G tidak memiliki kecakapan dan tidak familiar dalam mengakses twitter serta memahami fungsi dari setiap fiturnya. Oleh karena itu, tipe mediasi yang bisa dilakukan adalah tipe mediasi tidak termediasi digital yang dikombinasi juga dengan tipe mediasi teknis layaknya orang tua D. Penerapan tipe mediasi tidak termediasi digital sebenarnya menimbulkan celah tersendiri karena orang tua tidak bisa mengontrol dan memantau secara pasti hal apa yang dikonsumsi remaja di twitter. Namun, kembali lagi pada penerapan pola komunikasi demokratis, maka para orang tua lebih memaksimalkan pada interaksi langsung saat waktu senggang bersama di rumah. Selain mencegah remaja terlalu terlarut dalam dunia digital di twitter, interaksi yang terjadi dapat meningkatkan kedekatan antar anggota keluarga.

Para orang tua hanya berharap remaja tidak terlibat pada aktivitas merugikan seperti pertengkaran di media sosial seperti yang banyak terjadi akhir-akhir ini. Selain pertengkaran di media sosial yang mungkin terjadi antar penggemar K-Pop, orang tua juga menyoroti terkait konsumerisme remaja. Mereka tetap mengingatkan remaja untuk mengontrol pengeluaran untuk hal-hal yang berkaitan dengan NCT atau

K-Pop. Sesekali tentu orang tua memperbolehkan tetapi jika sudah berlebihan maka, para orang tua menyatakan ketidaksetujuannya dan mengambil tindakan untuk memberikan pemahaman atau pendisiplinan yang lainnya.

Kedekatan antara orang tua secara tidak langsung terbukti efektif untuk menekan munculnya perilaku konsumtif. Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukn oleh Novia Irnanda yang menyimpulkan bahwa kedekatan tingkat tinggi antara orang tua dan remaja akan menurunkan keinginan remaja untuk konsumtif terhadap barang-barang K-Pop (Irnanda, 2021). Berdasarkan pengakuan remaja pun, mereka punya batasan dana tersendiri untuk membeli barang-barang terkait NCT. Biasa dana tersebut didapatkan dari tabungan sekolah mereka sehingga mereka harus pandai mengelolanya setelah kebutuhan mereka sebagai pelajar terpenuhi.

Gambaran Perilaku *Celebrity Worship* Remaja Penggemar NCT di Twitter

Berdasarkan kategori *celebrity worship* yang ditetapkan oleh Maltby dan rekan-rekannya, para informan dalam penelitian ini mengakui bahwa mereka berada dalam tingkatan-tingkatan tertentu entah saat ini atau di masa lalu. Hal ini tidak bisa dilepaskan dari intensitas mereka dalam menjadi penggemar NCT di twitter dan proses pendewasaan yang mereka rasakan secara bertahap.

Pada tingkat rendah, informan remaja menjelaskan bahwa mereka memanfaatkan twitter untuk berinteraksi dengan anggota NCT dan sesama penggemar. Selain itu, mereka juga memanfaatkan twitter untuk menikmati foto, video, ataupun karya penggemar lain yang berhubungan dengan idolanya. Karena berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ratna

tetnang digital fandom dan media baru dengan fokus pada penggemar K-Pop di twitter, didapati bahwa para penggemar juga bisa mengonsumsi berbagai aset digital seperti foto dan video yang tersebar di twitter serta berbagai karya penggemar seperti karya fiksi, animasi, dan karikatur yang menggunakan visualisasi idolanya (Ratna, 2021).

Pada tingkat sedang, beberapa informan menuturkan bahwa sudah mulai ada keterikatan emosi antara dirinya dan idola. Keterikatan emosi itu terlihat saat idolanya mengalami hal yang menyenangkan maupun menyedihkan. Mereka akan turut merasa senang maupun sedih jika hal yang terjadi pada idolanya. Para informan menuturkan bahwa mereka sering melihat cuitan yang memicu pertengkaran antar penggemar. Salah satu diantaranya yakni informan C menuturkan bahwa ia bersama teman-temannya dapat melakukan tindakan seperti blokir dan laporkan akun-akun yang memancing pertengkaran. Selain informan B, informan lainnya cenderung acuh terhadap pertengkaran dan mereka memillih untuk tidak terlibat dalam hal tersebut. Bila dikaitan dengan fase perkembangan remaja, dalam hal pertengkaran penggemar mereka perlu mengontrol emosi agar tidak terlibat dalam pertengkaran virtual di media sosial. Karena hal tersebut dikhawatirkan akan berdampak pada munculnya *hate speech* dan *cyber bullying*.

Pada tingkat tinggi yang mana melibatkan fantasi penggemar, dalam penelitian ini remaja melihat anggota NCT sebagai sosok yang menginspirasi dan memotivasi. Informan A bahkan menganggap mereka selayaknya teman karena merasa ada kecocokan antara dirinya dan apa yang ditampilkan idola. Fantasi paling parah diutarakan oleh informan C dimana ia pernah menganggap idola sebagai sosok laki-laki bukan lagi idola. Namun, lambat laun ia

pun sadar bahwa posisi antara dirinya dan anggota NCT adalah penggemar dan idola. Kalaupun anggapan sebagai pacar atau suami menurut para informan kini hanya dijadikan sebagai bahan candaan antar sesama penggemar tidak lagi dikaitkan dengan perasaan personal.

Selain fantasi yang diciptakan penggemar NCT terkait hubungan mereka dengan sang idola terdapat hal lain dalam perilaku *celebrity worship* yang juga perlu disoroti yakni terkait konsumerisme. Berkaitan dengan pembelian barang-barang tentang NCT, para remaja mengaku bahwa mereka memang menyisihkan dana tersendiri untuk memenuhi keinginan mereka. Namun, satu hal yang perlu digaris bawahi adalah mereka tidak terlalu terbuka pada orang tua mengenai harga sesungguhnya dari barang-barang tersebut. Masih adanya rahasia ini dapat memicu timbulnya tindakan konsumtif karena mereka terbiasa berbohong. Walaupun untuk saat ini menurut para informan mereka tetap punya batasan dana yang dikeluarkan mengingat saat ini mereka masih berstatus pelajar dan belum berpenghasilan.

SIMPULAN

Pola komunikasi yang diterapkan dalam keluarga akan berpengaruh secara signifikan terhadap kedekatan dengan remaja bahkan dapat membantu memantau perilaku *celebrity worship* sebagai penggemar NCT. Aktivitas remaja di twitter perlu dipantau secara aktif oleh orang tua sembari tetap diberikan arahan dan pemahaman secara berkala. Oleh karena itu, penting untuk orang tua mengenal twitter beserta fitur-fiturnya. Kedekatan orang tua dan remaja yang terbangun dari pola komunikasi demokratis akan berpengaruh positif pada perkembangan remaja dan *self-esteem* mereka. Jadi, para orang tua perlu mempertahankan iklim komunikasi yang baik dengan para remaja penggemar NCT agar

keterbukaan semakin meningkat dan kontrol diri mereka semakin baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih peneliti tujukan pada dosen pembimbing peneliti yakni pak Zamzamy yang telah memberikan masukan dan arahan sejak awal mempersiapkan penelitian hingga penyusunan tugas akhir dan artikel ilmiah ini. Selain itu, peneliti juga berterima kasih pada para informan yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi informan peneliti sehingga penelitian ini dapat selesai. Tidak lupa pula pada portal jurnal Nusantara yang telah bersedia untuk menjadi portal yang menerima artikel ini untuk diterbitkan. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, terutama para orang tua dan remaja penggemar K-Pop.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, C. P. (2022). *Fanatisme Penggemar K-Pop di Media Sosial*. <https://news.detik.com/kolom/d-6086053/fanatisme-penggemar-k-pop-di-media-sosial>
- Ayunita, T. P., & Andriani, F. (2018). Fanatisme Remaja Perempuan Penggemar Musik K-POP. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 02(01), 676-685. <http://pknk.web.id/index.php/PKNK/article/view/202>
- Dedkova, L., Smahel, D., & Just, M. (2022). Digital security in families: the sources of information relate to the active mediation of internet safety and parental internet skills. *Behaviour and Information Technology*, 41(5), 1052-1064. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2020.1851769>
- Fadlillah, M., & Fauziah, S. (2022). Analysis of Diana Baumrind's Parenting Style on Early Childhood Development. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(2), 2127-2134. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i2.487>
- Iqbal, S., Zakar, R., & Fischer, F. (2021). Extended Theoretical Framework of Parental

Internet Mediation: Use of Multiple Theoretical Stances for Understanding Socio-Ecological Predictors. *Frontiers in Psychology*, 12(June). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.620838>

Irnanda, N. D. (2021). *HUBUNGAN ANTARA KEDEKATAN ORANG TUA DENGAN PRILAKU KONSUMTIF REMAJA PENGGEMAR K-POP* [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <http://eprints.ums.ac.id/96284/>

Izzaura. (2014). *Mediasi Orangtua terhadap Penggunaan Media oleh Anak (Studi terhadap Ibu Berprofesi sebagai Pendidik dalam Memediasi Penggunaan Televisi dan Internet dari Anaknya)*. 1–19.

Javier, F. (2021). *Ada 7,5 Miliar Twit K-Pop pada Juli 2020-Juni 2021, Terbanyak dari Indonesia*. <https://doi.org/https://data.tempo.co/data/1174/ada-75-miliar-twit-k-pop-pada-juli-2020-juni-2021-terbanyak-dari-indonesia>

Khotimah, N. (2021). Budaya Populer Dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya. *IQTIDA: Journal of Da'wah and Communication*, 1(1), 43–56. <https://doi.org/10.28918/iqtida.v1i1.3644>

Li, P. (2021). *4 Types of Parenting Styles and Their Effects On The Child*. Parenting for Brain. <https://www.parentingforbrain.com/4-baumrind-parenting-styles/>

Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29. <https://doi.org/10.1097/00005053-200301000-00005>

Maryam, N., & Dewi, M. S. (2016). Pengaruh pola asuh orang tua dan celebrity worship terhadap self-esteem remaja penggemar k-pop di DKI Jakarta. *TAZKIYA: Journal of Psychology*, 4(2), 148–162. <https://doi.org/10.15408/tazkiya.v4i2.10857>

Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>

Paris, J., & Roca, C. (2021). Not Your Fandom, Not Your Problem? Cosmopolitan Solidarities And Fissures Among Transnational

K-pop Fans [Universitat Popeu Fabra]. In *Universitat Popeu Fabra*. <https://repositori.upf.edu/handle/10230/52395>

Pratiwi, H., & Hasanah, N. I. (2022). Disiplin digital dan mediasi media oleh orang tua pada anak usia dini saat pandemi COVID-19. *Jurnal Psikologi Sosial*, 20(1), 25–35. <https://doi.org/10.7454/jps.2022.05>

Ratna, M. C. (2021). *DIGITAL FANDOM DAN MEDIA BARU: STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL PADA KELOMPOK PENGGEMAR KOREAN POPULER (K- POPERS) DI MEDIA SOSIAL TWITTER*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Sa'diyah, S. S. (2019). *Budaya Penggemar di Era Digital (Studi Etnografi Virtual pada Penggemar BTS di Twitter)*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Sekarwangi, W. (2022). *Siapa Safa yang Trending Twitter? Viral karena Berseteru dengan Fans NCT*. <https://www.celebrities.id/read/siapa-safa-yang-trending-twitter-viral-karena-berseteru-dengan-fans-nct-29w8sl>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Triadanti. (2019). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?* <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>

Yusuf, S. (2011). *Psikologi Perkembangan Anak & Remaja*. PT Remaja Rosdakarya.

Zulmi, N. (2022). *Kronologi Safa dan Fans Member NCT yang Ramai di Twitter Ancam Bawa ke Meja Hijau*. <https://www.fimela.com/entertainment/read/4965888/kronologi-safa-dan-fans-member-nct-yang-ramai-di-twitter-ancam-bawa-ke-meja-hijau>