

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, subjeknya adalah penggemar K-pop dewasa awal yang berusia antara 18 dan 25 tahun, merupakan penggemar minimal 1 jenis fanbase Kpop dan secara aktif ber-media sosial. Responden dipilih dan data dikumpulkan melalui kuesioner online melalui Google Form selama periode dua bulan, dari November hingga Desember 2024. Selama waktu ini, total 449 subjek berpartisipasi dalam penelitian ini.

#### 4.1.1 Gambaran Demografis Subjek Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh, keseluruhan subjek pada penelitian ini berjenis kelamin laki-laki sejumlah 150 orang (33,4%) dan perempuan sejumlah 299 (66,5%) yang termasuk pada usia dewasa awal yaitu 18- 25 tahun dengan rata-rata usia 21 tahun ( $M=21,5$ ,  $SD = 1,9$ ). Mayoritas responden dalam penelitian ini ialah perempuan. Tabel 4.1 memperlihatkan gambaran umum demografis.

Tabel 4. 1 Gambaran Demografis Subjek Penelitian

Variable	Frekuensi	Presentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	150	33,4
Perempuan	299	66,5
<b>Usia (tahun)</b>		
18	31	6,9
19	47	10,4
20	62	13,8
21	86	19,1
22	68	15,1
23	71	15,8
24	56	12,4
25	28	6,2
<b>Jenis Kpop yang disukai</b>		
Boysgroup	129	28,7
Boysgroup, Girls group	63	14,0
Boysgroup, Girls group, Soloist	47	10,4
Boysgroup, Soloist	12	2,6
Girls group	111	24,7
Girls group, Soloist	12	2,6
Soloist	75	16,7

\*Partisipan boleh memilih lebih dari satu

## 4.2 Analisis Utama Penelitian

### 4.2.1 Gambaran Variabel *Celebrity Worship* dan *Social Anxiety*

Peneliti melakukan perhitungan secara manual untuk menentukan skor mean teoritik untuk variabel *celebrity worship*. Terdapat dua puluh dua item dalam variabel *celebrity worship*, dan setiap pilihan jawaban dapat memiliki skor minimal 1 atau skor maksimal 5. Dari perhitungan tersebut diperoleh nilai minimum (nilai min empirik) untuk variabel *celebrity worship* ialah  $1 \times 22 = 22$  dan nilai maksimum  $5 \times 22 = 110$ . Untuk mendapatkan skor mean teoritik diperoleh dari nilai yang sebelumnya telah dihitung dengan rumus  $(110 + 22) : 2 = 66$ . Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai *mean* empirik *celebrity worship* ( $M = 76,4$ ) lebih besar dibandingkan dengan nilai *mean* teoritik *celebrity worship* ( $M = 66$ ). Artinya penggemar yang dialami oleh subjek cenderung tinggi. Selisih yang didapatkan antara mean empirik dan mean teoritik memiliki selisih 10,4 dengan standar deviasi ( $SD = 15,86$ ), lebih tinggi dibandingkan dengan selisih mean empirik dan teoritik. Hal ini dapat diartikan bahwa data memiliki variansi yang cukup besar, artinya ada variasi individu yang signifikan dalam tingkat penggemar mereka.

Selain itu, nilai *mean* empirik *social anxiety* ( $M = 89$ ) lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *mean* teoritik *social anxiety* ( $M = 72$ ). Hal ini menunjukkan arti bahwa *social anxiety* yang dialami oleh subjek cenderung tinggi, dengan selisih yang didapatkan antara mean empirik dan mean teoritik memiliki selisih 17,0 dengan standar deviasi ( $SD = 25,29$ ), lebih tinggi dibandingkan dengan selisih mean empirik dan teoritik. Hal ini dapat diartikan bahwa skor *social anxiety* pada subjek menunjukkan bahwa subjek mengalami tingkat *social anxiety* yang signifikan, dengan variasi yang cukup besar di antara individu-individu dalam kelompok dewasa awal.

Tabel 4. 2 Gambaran Variabel *Celebrity Worship* dan *Social Anxiety*

	<b>Mean Teoritik</b>	<b>Mean Empirik</b>	<b>Standar Deviasi</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maksimum</b>
<i>Celebrity Worship</i>	66	76,408	15,866	28	109
<i>Social Anxiety</i>	72	89,00	25,297	8	131
<i>Entertainment-Social</i>	24	30,953	5,484	11	40
<i>Intense-Personal</i>	33	33,278	8,270	10	50
<i>Boderline- Pathological</i>	9	8,902	3,154	3	15

Tabel 4.2 juga menunjukkan *mean* pada masing-masing dimensi *celebrity worship*. Untuk dimensi *entertainment-social* memiliki nilai mean empirik ( $M=30,9$ ) lebih besar dibanding nilai mean teoritik ( $M=24$ ). Artinya, subjek memperlihatkan sikap atau minat penggemar dengan mendiskusikan selebriti favorit mereka dengan teman-teman atau terlibat dalam aktivitas yang terkait dengan hiburan seperti mencari informasi terkait idola favoritnya di internet. Selisih yang didapatkan antara mean empirik dan mean teoritik memiliki selisih 6,95 dengan standar deviasi ( $SD = 5,48$ ), menunjukkan bahwa terdapat variasi yang dalam tingkat penggemar di antara subjek

Dimensi *intense-personal* memiliki nilai mean empirik lebih besar, yaitu ( $M=33,2$ ). Artinya, subjek condong memiliki keterlibatan emosional dengan selebriti menjadi lebih intens dan kompulsif terhadap selebriti yang disukainya, cenderung memikirkan selebriti tersebut secara berulang, merasakan hubungan yang lekat dengan sang selebriti, mencari tahu setiap aspek kehidupan selebriti, merasa sedih jika selebriti tersebut gagal dan cenderung marah jika ada yang menghina selebriti tersebut. Selisih yang didapatkan antara mean empirik dan mean teoritik memiliki selisih 0,27 dengan standar deviasi ( $SD = 8,27$ ), menunjukkan bahwa hampir semua subjek mengalami tingkat *intense-personal* yang serupa dan konsisten, menandakan bahwa hasil cukup homogen di antara subjek. Pada dimensi *borderline-pathological* memiliki nilai mean empirik ( $M=8,9$ ) hanya berbeda sedikit dengan mean teoritik ( $M=9$ ). Artinya, *borderline-pathological* yang dialami subjek cenderung rendah.

### 4.3 Uji Asumsi

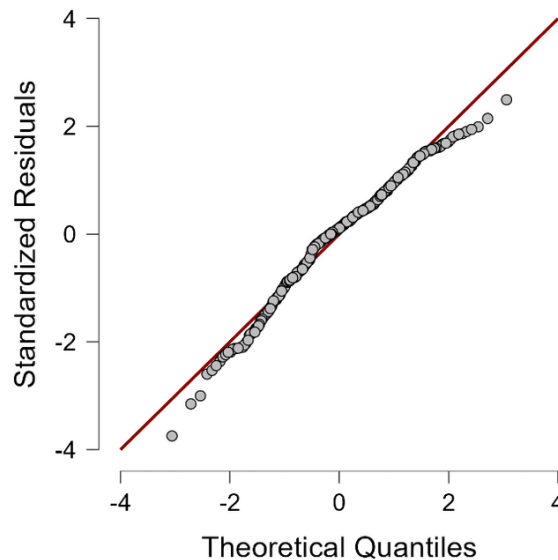
#### 4.3.1. Uji Normalitas

Uji asumsi pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah uji normalitas, yang bertujuan untuk mengetahui apakah data mengikuti distribusi normal. Uji ini dilakukan dengan metode statistik Shapiro-Wilk melalui aplikasi JASP 0.19. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa variabel *celebrity worship* sebagai variabel dependen tidak mengikuti distribusi normal, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi  $p < 0,001$  ( $S = 0,959$ ) dan variabel *social anxiety* sebagai variabel independen memperoleh hasil yaitu  $p < 0,001$  ( $S = 0,941$ ). Berdasarkan temuan

tersebut, dapat disimpulkan bahwa data tidak memenuhi asumsi normalitas yang diperlukan.

#### 4.3.2. Uji Linearitas

Uji asumsi kedua adalah uji linearitas, untuk menentukan apakah hubungan antara variabel mengikuti pola linear. Uji ini dilakukan menggunakan Plot Q-Q, yang melibatkan pemeriksaan distribusi residual dalam kaitannya dengan garis diagonal dalam plot. Dengan menganalisis residual, bertujuan untuk mengidentifikasi apakah titik data sejajar dengan garis diagonal, yang menunjukkan linearitas. Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4.1, sebagian dari distribusi data berada dalam garis diagonal, yang memberikan bukti bahwa asumsi linearitas terpenuhi untuk hubungan antara dua variabel yang dianalisis.

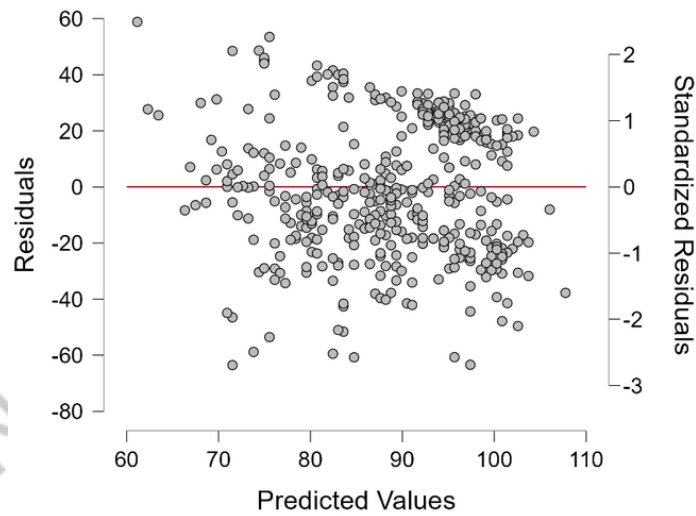


**Gambar 4. 1 Uji Linearitas**

#### 4.3.3. Uji *Homoscedasticity*

Uji asumsi homoskedastisitas dilakukan menggunakan scatter plot yang dilihat melalui hasil dari pengujian *scatter plot* antara *predicted values* dan *errors*. Jika titik-titik pada *scatter plot* membentuk corong, ini menunjukkan bahwa varians residual tidak konstan di seluruh rentang nilai yang diprediksi (Goss-Sampson, 2022). Gambar 4.2 menunjukkan pola bahwa asumsi homoskedastisitas terpenuhi,

karena data tidak menunjukkan heteroskedastisitas. sebagian dari distribusi data berada dalam garis diagonal.



**Gambar 4. 2 Uji *Homoscedasticity***

#### **4.3.4. Uji Independen Error**

Uji independensi error dilakukan dengan menggunakan Uji *Durbin-Watson*, yang bertujuan untuk memastikan bahwa error residual tidak berkorelasi satu sama lain (Field, 2017). Uji ini menghasilkan nilai *Durbin-Watson* ( $d$ ) sebesar 1,303. Karena nilai ini berada dalam rentang yang dapat diterima yaitu 1 hingga 3, dapat disimpulkan bahwa error residual pada variabel *social anxiety* tidak berhubungan dengan error pada variabel *celebrity worship*. Oleh karena itu, asumsi independensi error telah terpenuhi.

### **4.4 Uji Hipotesis**

#### **4.4.1. Uji Regresi Logistik**

Uji regresi logistik dilakukan sebagai metode nonparametrik karena data tidak memenuhi asumsi normalitas yang diperlukan untuk uji parametrik dalam analisis sebelumnya. Sebelum melakukan regresi logistik, peneliti merestrukturisasi data dengan mengkategorikannya ke dalam dua kelompok biner. Untuk variabel *celebrity worship*, respons diklasifikasikan ke dalam nilai biner 1 dan 0. Acuan kategori tinggi dan rendah didasarkan pada mean empirik *celebrity worship*. Apabila skor partisipan ( $> 76,4$ ) maka dikodekan sebagai (1) yang mewakili kategori "tinggi". Apabila skor partisipan subjek ( $> 76,4$ ) maka dikodekan

sebagai (0) yang mewakili kategori "rendah". Pengelompokan biner ini memungkinkan peneliti untuk melanjutkan analisis regresi logistik.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Regresi Logistik *Social Anxiety* terhadap *Celebrity Worship*

	<b>Odds Ratio</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>df</b>	<b>p</b>	<b>Nagelkerke R<sup>2</sup></b>
H <sub>1</sub>	1,038	79,467	447	< 0,001	0,217

Untuk mengukur sejauh mana variabel independen (*social anxiety*) dapat menjelaskan variabel dependen (*celebrity worship*), peneliti menggunakan uji R<sup>2</sup> Nagelkerke's. Tabel 4.3 memperlihatkan hasil dari uji regresi logistik. Hasil pada tabel menunjukkan bahwa *social anxiety* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *celebrity worship*, dengan  $X^2(447) = 79,467$ ,  $p < 0,001$ , dan Nagelkerke's  $R^2 = 0,217$ . Hasil uji ini menunjukkan nilai diperoleh sebesar 21,7%, artinya terdapat 21,7% pengaruh *social anxiety* terhadap *celebrity worship*, sedangkan 78,3% lainnya dipengaruhi dari faktor lain.

Pola dan arah hubungan baik positif maupun negatif dapat ditentukan dengan memeriksa *odds ratio*. *Odds ratio* yang lebih besar dari 1 menunjukkan hubungan yang positif, sedangkan rasio peluang yang kurang dari 1 menunjukkan hubungan yang negatif (Goss-Sampson, 2022). Dalam penelitian ini, *odds ratio* ditemukan sebesar 1,038, yang berarti terdapat pengaruh positif antara *social anxiety* dan *celebrity worship*. Secara khusus, untuk setiap peningkatan 1 poin dalam kecemasan sosial, ada kemungkinan 1,038 kali lebih besar untuk menunjukkan tingkat *celebrity worship* yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat *social anxiety* yang lebih tinggi, sedikit lebih mungkin menunjukkan kecenderungan *celebrity worship* yang intens.

#### 4.5 Analisis Tambahan

##### 4.5.1 Uji Regresi Logistik *Social Anxiety*, Usia dan Jenis Kelamin Terhadap *Celebrity Worship*

Peneliti melakukan analisis tambahan untuk menguji pengaruh *social anxiety* terhadap *celebrity worship* dengan mempertimbangkan faktor demografi seperti usia dan jenis kelamin. Peneliti melakukan analisis tambahan pada faktor usia dan jenis kelamin karena keduanya merupakan faktor demografi mendasar yang umumnya diteliti untuk memberikan pemahaman dasar tentang perbedaan

kelompok. Pada usia, misalnya, diasumsikan mampu memengaruhi *celebrity worship* karena individu yang lebih muda, khususnya dewasa awal, sering kali lebih dipengaruhi secara emosional dan sosial oleh teman sebaya. Demikian pula, jenis kelamin dianalisis karena pada laki-laki dan perempuan mungkin terlibat dalam penggemaran idola dengan cara yang berbeda. Hasil uji regresi logistik, yang disajikan dalam tabel 4.4, menunjukkan bahwa keseluruhan model signifikan secara statistik, dengan  $X^2(445) = 81,559$ ,  $R^2 = 0,222$ , dan  $p < 0,001$ .

Tabel 4. 4 Uji Regresi Logistik *Social Anxiety*, Usia dan Jenis Kelamin Terhadap *Celebrity Worship*

Model	df	X <sup>2</sup>	Odds Ratio	Nagelkerke R <sup>2</sup>	p
H <sub>1</sub>	445	81,559		0,222	<0,001
<i>Social Anxiety</i>			1,039		<0,001
Usia			1,024		0,665
Jenis Kelamin			0,730		0,166

• Namun, ketika menganalisis kontribusi usia dan jenis kelamin, hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *celebrity worship*. Secara khusus, usia memiliki nilai p sebesar 0,665, dan jenis kelamin memiliki nilai p sebesar 0,166, keduanya melebihi ambang batas signifikansi ( $p < 0,05$ ). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa usia dan jenis kelamin tidak secara signifikan memengaruhi kecenderungan terhadap *celebrity worship* dalam penelitian ini. Hasil ini mengungkapkan bahwa usia dan jenis kelamin bukanlah faktor yang berkontribusi terhadap *celebrity worship* berdasarkan nilai-p yang lebih besar dari 0,05.