



# 11.75%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 3 FEB 2025, 2:15 PM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

**IDENTICAL** 0.56%      **CHANGED TEXT** 11.18%      **QUOTES** 0.92%

## Report #24638859

**20 36** BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Budaya Korea telah menjadi sangat populer di Asia dan saat ini mulai menyebar ke berbagai negara di seluruh dunia, termasuk Indonesia . Popularitas idol group dari Korea Selatan di Indonesia disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk musik yang enak didengar dan penampilan fisik yang menarik. **17 37** Girlband dan boyband Korea tidak hanya menawarkan variasi musik yang berbeda, tetapi juga memiliki penampilan visual yang menawan, yang dengan mudah memikat hati masyarakat Indonesia .

**30** Berdasarkan hasil survei Global Hallyu Trends yang dilakukan oleh Korean Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE) , 2 grup K-Pop paling populer di Indonesia yaitu BTS (34,1%) dan BLACKPINK (25,3%). Super Junior menempati posisi ketiga dengan 3,4%, sedangkan NCT dan EXO berada di posisi keempat dan kelima dengan masing-masing 2,5% dan 2,2% Tingginya popularitas K-pop di Indonesia telah membawa berbagai jenis penggemar, mulai dari yang menikmati musiknya secara santai hingga yang mencapai tingkat ekstrim. Faktor-faktor seperti perkembangan teknologi dan internet yang semakin luas, serta promosi aktif yang dilakukan oleh industri hiburan Korea, telah membuat K-pop menjadi sangat populer di Indonesia . Pertumbuhan jumlah penggemar K-Pop secara global dari 9,26 juta pada tahun 2012 naik drastis menjadi lebih dari 178 juta pada akhir tahun 2022 . Kenaikan sebanyak 19 (Hidayat et al., 2022) (Almaida et al., 2021) (Koreaboo, 2023) (Koreaboo, 2023). (M Rakhmat &

REPORT #24638859

D Tarahita, 2020) (KF News Letter, 2022) kali lipat dalam periode sepuluh tahun tersebut menegaskan popularitas yang terus meningkat dari Korean Wave di seluruh dunia. Sementara di Indonesia, telah menjadi salah satu negara dengan basis penggemar K-pop yang berkembang pesat. Indonesia menjadi negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbesar di Twitter, data dari CNN pada tahun 2021 menunjukkan bahwa perbincangan seputar K-Pop kembali mendominasi percakapan di platform tersebut. Angka menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah tweet yang meningkat dari 6,7 miliar pada tahun 2020 menjadi 7,8 miliar pada tahun 2021 Survei IDN Times menunjukkan jumlah penggemar K-Pop di Indonesia, secara signifikan didominasi oleh perempuan, dengan persentase mencapai 92,1%, sementara laki-laki sebesar 7,9% . Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa mayoritas penggemar K-Pop di Indonesia berusia 20-25 tahun (40,7%). Adapun survey yang dilakukan oleh pada 2022 untuk melihat mayoritas penggemar Kpop dengan melibatkan 1500 responden dalam rentang usia 15-39 tahun. Mayoritas responden tercatat berusia 20-25 tahun pada kelompok dewasa awal, dengan proporsi mencapai 33,40% dari total responden. Menurut McCutcheon seperti yang dikutip dalam , menunjukkan bahwa meskipun intensitas pengidolaan cenderung menurun seiring bertambahnya usia seseorang, perilaku pengidolaan, yang mencakup modeling (peniruan) dan pemujaan, masih muncul pada dewasa awal. Tahap dewasa awal menurut

(Erickson sebagaimana dikutip dalam merupakan tahap perkembangan yang menghadapi krisis intimacy vs isolation . Selama tahap perkembangan ini, individu berusaha mengembangkan sense of self mereka melalui hubungan dengan orang lain, karena hubungan ini merupakan bagian (CNN, 2022). (Triadanti, 2019) (Rohmah, 2022) (Darfiyanti & Putra, 2012) (Yugiputri & Halim, 2022) dari pertumbuhan emosional dan sosial mereka. Jejaring sosial, baik fisik maupun virtual, memainkan peran penting dalam tahap perkembangan ini dengan memfasilitasi interaksi yang memenuhi kebutuhan individu dan interpersonal . Jika seseorang mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan tersebut, hal ini dapat menimbulkan perasaan terisolasi dan rasa terlepas dari lingkungan sekitar Melalui perasaan itu, individu akan mencari penggantian atau penghiburan dalam bentuk hubungan yang tidak langsung, seperti dengan selebriti favorit mereka . Penggemaran K-Pop di Indonesia dapat diamati dalam berbagai bentuk. Mereka bisa mengikuti setiap kegiatan, program, atau bahkan kehidupan pribadi selebriti favorit mereka melalui media sosial, wawancara ( podcast ), atau program televisi. Selain itu, fanbase atau komunitas penggemar dari selebriti tertentu seringkali sangat aktif di Indonesia. Mereka biasanya mengadakan acara-acara khusus, mengumpulkan dana untuk proyek tertentu yang berkaitan dengan selebriti mereka, ikut serta dalam memberikan suara/ voting secara masal ketika idolanya memperoleh penghargaan nominasi. Mereka

juga menghadiri acara seperti fan-signing, fan-meeting, gathering, press conference, dan membeli produk terkait seperti merchandise dan tiket konser yang dapat mencerminkan tingkat keterikatan yang tinggi terhadap selebriti. Namun, seiring dengan meningkatnya popularitas Kpop, juga muncul beberapa isu yang perlu dipertimbangkan secara serius. Salah satu isu adalah fenomena celebrity worship di kalangan penggemar Kpop di Indonesia. Celebrity worship diartikan sebagai keterlibatan obsesif pada selebriti, seringkali ditandai dengan perilaku seperti konsumsi media berlebihan, peniruan gaya hidup selebriti, bahkan hingga perilaku menyimpang seperti menguntit dan mengganggu (Aslamiyah et al., 2024) (Steve, 2011). (Yugiputri & Halim, 2022) (Zamani & Nugrahawat, 2022). **16** Penggemar yang sangat terikat dengan selebriti favorit mereka mungkin menghabiskan banyak uang untuk membeli merchandise resmi, tiket konser, atau barang-barang terkait lainnya. Konsep celebrity worship diketahui melalui tiga dimensi yang sering digunakan untuk menggambarkan tingkat keterlibatan atau obsesi seseorang terhadap selebriti tersebut. Pada aspek celebrity worship yang rendah adalah Entertainment-social, aspek celebrity worship yang kedua ditandai dengan Intense-personal, dan ekspresi paling ekstrim dari celebrity worship diberi label Borderline-patologis. Pada aspek entertainment-social, penggemar menikmati selebriti favoritnya sebagai hiburan dan sebagai bagian dari interaksi sosial. Mereka cenderung mengikuti berita tentang selebriti, menonton film atau acara televisi mereka, atau berpartisipasi dalam komunitas online yang berkaitan dengan selebriti tersebut. Pada aspek intense-personal, penggemar mengembangkan hubungan yang lebih intim dan personal dengan selebriti favoritnya, seperti bentuk interaksi parasosial. Mereka merasa sangat terhubung dengan selebriti secara emosional, menganggap mereka sebagai contoh atau inspirasi, dan mungkin menghabiskan banyak waktu dan energi untuk mengikuti setiap detail kehidupan mereka. Interaksi parasosial menurut adalah hubungan satu arah dengan seseorang atau tokoh yang biasanya memiliki status lebih tinggi, di mana individu mengenal baik tokoh

tersebut tetapi tidak sebaliknya. Dalam interaksi parasosial, individu terlibat secara emosional atau kognitif dengan tokoh tersebut melalui media atau konten lainnya, tetapi tidak ada interaksi langsung antara individu dan tokoh tersebut. Pada aspek terekstrem yaitu *borderline-pathological*, penggemar mengalami obsesi yang kuat, gangguan mental, atau bahkan perilaku yang mengganggu dalam (McCutcheon et al., 2002) (Diri, 2023) (McCutcheon et al., 2016) (Stever, 2009) upaya untuk mendekati atau mengontrol selebriti tersebut. Contohnya adalah istilah *sasaeng* di Korea. Para *sasaeng*, yang terobsesi dengan idola K-pop mereka, terdorong untuk melakukan berbagai tindakan yang tidak hanya melampaui batas privasi, tetapi juga dapat membahayakan keselamatan dan kesejahteraan idola mereka. Individu dapat mengambil dampak positif dari mengagumi selebriti sebagai sumber inspirasi dan motivasi, namun tidak semua individu melakukan penggemar tersebut dengan cara yang sehat. **21 Hal ini** juga dapat mengakibatkan berbagai dampak negatif, termasuk rasa ketergantungan, rendah diri, *body image* yang rendah, dan . Dalam beberapa studi, ditemukan bahwa *celebrity worship* ditemukan dapat memengaruhi perilaku belanja impulsif (*boros*), terutama dalam pembelian merchandise atau barang-barang lain yang berkaitan dengan idola atau selebriti favorit mereka. Kecenderungan untuk mengagumi selebriti secara berlebihan dapat berpengaruh mengganggu kehidupan sehari-hari seseorang. Waktu yang dihabiskan untuk mengonsumsi konten tentang selebriti dapat menjadi penghalang bagi aktivitas yang lebih produktif, seperti belajar atau bekerja. Selain itu, terlalu terpaku pada kehidupan selebriti juga bisa mengganggu konsentrasi dan membuat individu sulit untuk fokus. Peneliti melakukan wawancara kepada tiga subjek yang melakukan penggemar K-pop dalam dinamika yang berbeda. Subjek pertama telah menjadi seorang K-poper selama sekitar 4 tahun, sejak ia mulai mengenal K-pop yaitu NCT melalui rekomendasi teman-temannya pada tahun pertama kuliah. Subjek kedua telah menjadi seorang K-poper selama 2 tahun, sejak ia mulai mengikuti ITZY pada (Maltby et al., 2004) perilaku konsumtif (Ayu &

Astiti, 2020) (Asrie & Misrawati, 2020) (Marlin et al., 2019) tahun 2021. Subjek ketiga telah menjadi seorang K-poper selama 5 tahun, sejak ia mulai mengikuti BTS pada tahun 2020. Pada subjek 2 mengalami tingkatan entertainment social, dalam wawancara ia mengakui bahwa dirinya menghabiskan waktu istirahat setelah pulang kerja dengan menonton konten yang berkaitan dengan grup idolanya yaitu Itzy termasuk menonton video musik, video vlog dari masing-masing member yang diunggah di Youtube, variety show yang ditonton secara berulang kali. Subjek 1 memiliki hasil yang berbeda, subjek mengalami tingkatan pada intense personal. Subjek 1 menghabiskan beberapa jam disetiap harinya untuk selalu up-to-date tentang berita-berita dari grup idola favoritnya yaitu NCT. Subjek 1 juga selalu membeli barang-barang yang memiliki unsur NCT, seperti gantungan kunci, totebag, membeli custom stiker animasi wajah para member untuk ditempel di barang pribadinya, dan bantal dengan printing NCT. Dalam wawancara, Subjek 1 mengatakan bahwa penggemarnya terhadap dengan NCT sumber dukungan dan inspirasi penting dalam hidupnya, sehingga dirinya merasa sangat terhubung dengan mereka. Pada subjek 3 menunjukkan hasil pada tingkatan borderline pathologis, subjek 3 mengikuti setiap aspek kehidupan grup idolanya yaitu BTS, mulai dari musik hingga detail pribadi dan rumor. 14 16 34 56 Subjek 3 juga telah menghabiskan banyak uang untuk membeli merchandise dan tiket konser. Subjek 3 mengakui bahwa dirinya sering merasakan keterlibatan emosi dalam keberhasilan dan kegagalan BTS, mengalami naik turunnya emosi yang intens berdasarkan aktivitas mereka. Subjek 3 mengatakan bahwa ia tidak suka ketika idolanya dihina dan dijelekan. Subjek 3 bahkan memiliki akun anonymous hanya untuk membalas para hater BTS. Dalam celebrity worship, tingkatan borderline pathologis mencakup individu yang kesulitan mengatur aktivitas dan pemikirannya yang berpusat pada selebriti favoritnya. Orang-orang ini sering kesulitan untuk mempertahankan kendali atas tindakan dan imajinasi mereka terkait dengan selebritis tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi terjadinya perilaku celebrity worship adalah keterampilan

sosial yang buruk. Menurut Mccutcheon dalam keterampilan sosial memiliki hubungan yang erat dengan fenomena celebrity worship . Individu dengan keterampilan interpersonal yang tampaknya kurang berkembang cenderung memiliki tingkat celebrity worship yang tinggi . Rendahnya keterampilan sosial dapat membuat individu tidak dapat menjalin interaksi secara efektif dengan lingkungannya Salah satu tugas penting dalam perkembangan sebagai dewasa awal adalah kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan, namun seringkali ditemukan bahwa individu pada fase dewasa awal merasa tidak nyaman saat berinteraksi dengan lingkungan mereka. Salah satu faktor utama yang memengaruhi hal ini adalah rasa cemas Social anxiety didefinisikan sebagai kecemasan yang disebabkan oleh individu dalam situasi sosial nyata atau dibayangkan. Ini mencakup ketakutan akan penilaian orang lain, perasaan canggung, atau kekhawatiran berlebihan tentang melakukan sesuatu yang memalukan atau tidak pantas di depan orang lain . Social anxiety dapat memengaruhi kehidupan sehari-hari seseorang secara signifikan, contohnya adalah interaksi sosial. Biasanya orang-orang yang memiliki social anxiety, memiliki kekhawatiran yang berlebihan tentang aktivitas sehari-hari, terbiasa menghindari situasi sosial atau merasa terlalu cemas jika terlibat dalam aktivitas sosial . Ketakutan yang kuat terhadap situasi sosial dapat menyebabkan rasa takut yang membuat individu (Vinney, 2023). (Arundati et al., 2019) (McCutcheon et al., 2003) (Rizeki, 2012). (Pratiwi et al., 2023). (Jia et al., 2023) (NHS, 2023) merasa seperti mereka kehilangan kendali atas diri mereka sendiri . Penelitian yang dilakukan oleh dengan melibatkan subjek penelitian 364 orang mahasiswa dalam kelompok dewasa awal, menemukan bahwa sebanyak 76,9% subjek mengalami social anxiety . Persepsi bahwa kecemasan dalam akademik yang cenderung meliputi interaksi sosial adalah hal yang tampaknya menjadi faktor tingginya angka social anxiety ini. Adanya peran dan tuntutan baru sebagai mahasiswa dipandang sebagai salah satu faktor pemicu banyaknya mahasiswa mengalami social anxiety . Banyak mahasiswa mengalami kecemasan sosial yang signifikan, terutama dalam

lingkungan akademis. Kecemasan ini sering kali muncul selama kegiatan seperti memberikan presentasi, berpartisipasi dalam diskusi, menghadapi ujian lisan, atau bahkan mengajukan pertanyaan dalam kuliah atau seminar. Ketakutan yang umum membuat individu cenderung merasa takut dalam membuat kesalahan, dinilai tidak cerdas, atau menghadapi rasa malu, yang membuat individu enggan terlibat sepenuhnya dalam situasi ini. Individu dengan social anxiety merasa cemas sehari-hari sebelum menghadapi situasi sosial yang ditakuti, dan kadang-kadang menghindari situasi tersebut sepenuhnya untuk menghindari rasa malu atau kesusahan yang mungkin muncul. Liebowitz dalam mengidentifikasi dua aspek utama dari social anxiety yaitu social anxiety dan performance anxiety yang dinilai dalam intensitas fear dan avoidance . Pada social anxiety , kecemasan muncul ketika seseorang harus berinteraksi dengan orang lain dalam situasi sosial, bisa meliputi pertemuan dengan orang asing, berbincang dengan teman-teman, atau berpartisipasi dalam percakapan kelompok. (NIH, 2022) (Suryaningrum, 2021) (Kalalo et al., 2021) Orang yang mengalami social anxiety cenderung memiliki keterampilan sosial yang buruk. Penelitian yang dilakukan oleh menemukan bahwa terdapat hubungan antara rendahnya keterampilan sosial dan tingkat social anxiety yang tinggi. Dalam konteks ini, rendahnya keterampilan sosial mempengaruhi kemampuan individu dalam berinteraksi dengan orang lain secara efektif. Keterampilan sosial yang kurang berkembang dapat menyebabkan kesulitan dalam memahami dan merespons situasi sosial dengan tepat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan tingkat social anxiety .

45 Hasil penelitian menunjukkan bahwa individu yang memiliki keterampilan sosial yang rendah cenderung menunjukkan tingkat gejala kecemasan sosial yang lebih tinggi. Orang dengan social anxiety sering kali memiliki ketakutan yang berlebihan akan dihakimi. Penelitian yang dilakukan oleh memberikan gambaran tentang social anxiety pada fujoshi (penggemar cerita boylove pada selebriti). Dalam penelitian ini, fenomena social anxiety pada subjek fujoshi ditandai dengan gejala seperti merasa takut terhadap penilaian negatif, menghindari interaksi dengan orang asing, serta



menghindari orang yang dikenal secara sosial. Beberapa subjek mengalami pola yang sama yaitu ketakutan akan dinilai negatif oleh orang lain. Mereka juga cenderung menghindari situasi sosial yang dapat memicu kecemasan, seperti berinteraksi dengan orang asing atau orang yang tidak dekat dengan mereka. Dalam penelitian, ditemukan bahwa Fujoshi cenderung menghindari situasi sosial sebagai mekanisme pertahanan dengan menarik diri dari interaksi sosial atau situasi yang memicu kecemasan mereka. Penghindaran ini membantu mereka melindungi diri dari penilaian dan kritik negatif. Penelitian menemukan bahwa social anxiety dapat mendorong individu untuk mencari kenyamanan dan distraksi, (Motoca et al., 2012) (Zahratussyafiyah, 2022) (Zahratussyafiyah, 2022) (Jia et al., 2023) dalam hal ini penggunaan ponsel sebagai mekanisme koping menjadi salah satu cara untuk mengatasi perasaan tidak nyaman dan kecemasan dalam situasi sosial. Penelitian ini melibatkan 1.147 subjek, terutama mahasiswa Tiongkok berusia 19–26 tahun yang terdiri dari 636 perempuan dan 511 laki-laki. Sebagian besar subjek (97,99%) adalah mahasiswa tingkat sarjana, dengan 2,01% adalah mahasiswa tingkat pascasarjana. Semua peserta melaporkan memiliki selebritas favorit, yang mencerminkan keterlibatan mereka dalam penggemar selebritas. Penelitian ini berfokus untuk meneliti bagaimana social anxiety, ketergantungan ponsel, dan status sosial ekonomi keluarga (SES) berinteraksi untuk memengaruhi celebrity worship di kalangan dewasa muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa social anxiety berkorelasi positif dengan celebrity worship, yang berarti individu dengan social anxiety yang lebih tinggi cenderung lebih melakukan celebrity worship. Ketergantungan pada ponsel memediasi hubungan ini, karena individu yang mengalami social anxiety menggunakan ponsel sebagai mekanisme pelarian, yang meningkatkan kecenderungan mereka untuk terlibat dalam celebrity worship. Berdasarkan wawancara peneliti, diketahui bahwa pada kedua subjek yaitu subjek 1 dan subjek 3 merasa bahwa hal yang mendorong keterlibatannya dalam melakukan penggemar K-pop adalah kecemasan yang mereka alami. Subjek 1 memiliki kecemasan sosial dengan ketakutan

tertentu yang terkait dengan situasi di mana ia diamati oleh orang lain. Ia merasa cukup nyaman di sekitar teman-temannya tetapi sangat merasa kesulitan di tempat umum. Kecemasannya muncul terutama saat menghadiri acara-acara seperti rapat. Kecemasan sosial subjek 1 membuatnya secara terus menerus menghindari aktivitas yang mengharuskan berbicara di depan umum dan menjadi pusat perhatian orang lain. Kecemasan sosial pada subjek (Jia et al., 2023) 1 sering kali membuat interaksi di dunia nyata terasa sangat membebani, oleh karena itu, subjek 1 beralih ke media sosial dan mulai mengakses berbagai konten Kpop sebagai alternatif yang lebih nyaman untuk berkoneksi sosial. Menurutnya, platform penggemaran ini menyediakan ruang di mana interaksi terasa tidak terlalu mengintimidasi, yang memungkinkan subjek 1 untuk mengekspresikan diri dan terhubung dengan orang lain tanpa tekanan dan tantangan berkomunikasi tatap muka. Pada subjek 3 memiliki kecemasan sosial yang cukup mendominasi banyak aspek kehidupan sehari-harinya, terutama dalam situasi yang mengharuskannya untuk memulai atau berpartisipasi dalam interaksi sosial. Kecemasannya paling kuat dalam situasi yang melibatkan pertemuan dengan orang asing, berbicara dengan orang yang berwenang dan menelepon di depan umum, Subjek 3 cenderung menghindari pertemuan sosial, sering kali merasakan ketakutan saat akan bertemu seseorang yang tidak dikenalnya. Penghindarannya cukup intens sehingga ia secara teratur menolak undangan ke acara dan membatasi kehidupannya. Kecemasan sosial subjek 3 yang cukup parah membuatnya seringkali menghindari pertemuan di dunia nyata. Menurutnya, menemukan K-pop seperti menemukan dunia tempat ia dapat merasakan keleluasaan dan koneksi sosial tanpa harus bertemu orang secara langsung. Berbeda dengan subjek 2 yang memiliki pola kecemasan sosial yang lebih ringan namun meluas, terutama saat harus mengekspresikan dirinya. Subjek 2 mengalami kecemasan dalam sebagian besar interaksi sosial, tetapi merasakan rasa takut dalam konteks yang melibatkan mengungkapkan ketidaksetujuan dalam suatu kelompok dan berbicara dengan orang yang tidak begitu dikenalnya. Penghindarannya terhadap

konfrontasi atau pendapat yang berbeda telah membatasi kemampuannya untuk menjalin persahabatan dekat, karena ia sering merasa disalahpahami. Bagi subjek 2, fandom K-pop menawarkan ruang bebas bully atau tindasan, tempat dimana ia dapat bersantai dan menjadi dirinya sendiri, meskipun ia berpartisipasi secara pasif. Menurutnya, konten K-pop menjadi hal yang menyenangkan di mana ia tidak perlu khawatir untuk menghadapi tantangan sosial secara langsung. Untuk sebagian orang, penggemar terhadap selebriti, terutama dalam konteks K-pop, sering kali menjadi tempat pelarian bagi individu yang mengalami social anxiety. Dalam penelitian ditemukan bahwa individu sering menggunakan media sosial untuk mengakses informasi tentang musik pop Korea, yang biasa dikenal sebagai Kpop. Menurut temuan penelitian, khususnya 114 orang (30,2%), melaporkan menggunakan media sosial rata-rata 4–6 jam per hari dan mengakses konten media sosial. Penelitian ini mengungkapkan bahwa tingkat kecanduan media sosial yang tinggi terkait erat dengan social anxiety. Diketahui bahwa social anxiety di kalangan ini berasal dari rasa takut dihakimi, dipermalukan, atau dianggap negatif oleh orang lain. Akibatnya, individu merasa interaksi daring lebih nyaman dan tidak terlalu menakutkan daripada komunikasi tatap muka. Preferensi untuk interaksi virtual ini berkontribusi pada peningkatan penggunaan media sosial, yang selanjutnya memperkuat intensitas individu yang secara terus menerus mengakses konten Kpop dan melakukan penggemar. Penelitian yang dilakukan juga menemukan bahwa individu yang mengalami social anxiety cenderung mengembangkan hubungan parasosial intens dengan artis kesukaan mereka. Dalam hubungan parasosial, seseorang mungkin merasa terhubung dengan selebriti atau karakter fiksi melalui media atau interaksi yang tidak langsung, tetapi masih ada kesadaran akan (Padillah & Setiasih, 2024) (De Bérail et al., 2019) kenyataan bahwa hubungan tersebut tidak timbal balik. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa individu yang mengalami social anxiety kesulitan memenuhi kebutuhan sosial mereka melalui interaksi langsung, sehingga mereka mencari penggantian melalui hubungan parasosial

dengan YouTuber (tokoh idolanya). Individu dengan kecemasan sosial dapat menggunakan celebrity worship sebagai cara untuk mengalihkan perhatian dari kecemasan yang mereka rasakan dalam interaksi sosial. Berdasarkan pemaparan sebelumnya, terdapat indikasi bahwa individu dengan social anxiety cenderung mengalami celebrity worship, terutama pada kelompok dewasa awal penggemar K-pop. Meskipun telah ada riset sebelumnya yang mengulas hubungan antara social anxiety dan celebrity worship, seperti yang diteliti oleh pada tahun 2023, namun penelitian yang membahas tentang social anxiety dan celebrity worship belum banyak diteliti oleh peneliti lain dan masih tergolong relatif baru. Oleh karena itu, kekurangan dalam informasi yang mendalam mengenai pengaruh ini masih menjadi ruang untuk penelitian lebih lanjut untuk memperdalam pemahaman tentang bagaimana social anxiety mempengaruhi intensitas dan bentuk dari celebrity worship pada kelompok dewasa awal penggemar K-pop. 3 6 13 18 20 21 23 33 34 44 50 1.2

Rumusan Masalah Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu 5 “Apakah terdapat pengaruh social anxiety terhadap celebrity worship pada penggemar K-Pop dewasa awal 8 . (Gillette,

2022) (Jia et al., 2023) 1.3 Tujuan Penelitian Tujuan penelitian

dilakukan untuk mengetahui pengaruh social anxiety terhadap celebrity

worship pada penggemar K-Pop dewasa awal. 1.4 Manfaat Penelitian 1.4 1 Manfaat

Teoritis Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru tentang

dinamika psikologis antara social anxiety dan celebrity worship pada

penggemar K-pop dewasa awal, juga memiliki potensi untuk memberikan

kontribusi yang signifikan pada perkembangan teori dan praktik dalam

bidang psikologi sosial dan psikologi klinis. 1.4.2 Manfaat Praktis a)

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan

pemahaman dan kesadaran masyarakat terutama penggemar kpop tentang social

anxiety dan celebrity worship. b) Informasi dari penelitian ini

diharapkan dapat membantu individu mengevaluasi tingkat keterlibatan mereka

dalam melakukan penggemaran kpop. 18 21 44 57 BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1

Celebrity Worship 2.1 1 Definisi Celebrity Worship Bagaimana seseorang

mengidolakan atau bahkan memuja orang terkenal dikenal dengan beberapa istilah. Selain "celebrity worship", terdapat beberapa sebutan lain untuk pemujaan terhadap selebriti termasuk "idol worship" yang merupakan kekaguman yang mendalam terhadap tokoh tertentu, "celebrity obsession" yaitu rasa suka yang berlebihan dengan kehidupan dan tindakan seorang selebriti, atau "fanaticism" merupakan antusiasme atau pengabdian yang ekstrem dan kepada seorang selebriti. Definisi idol worship menurut Yue & Cheung adalah "an unreciprocated or unarticulated attachment to a significant person characterised by frequent occurrence of fantasies in which the personal attributes of the idol are overly enhanced or idealised". Yue & Cheung mendefinisikan idol worship sebagai hubungan kuat antara individu dengan idola mereka, di mana individu merasa terhubung tanpa mendapat tanggapan balik dari idola mereka. Maltby mengemukakan bahwa celebrity worship adalah fenomena di mana individu menunjukkan ketertarikan dan kekaguman yang kuat terhadap selebriti, dan perilaku worship ini seringkali mempengaruhi interaksi sosial individu. McCutcheon mendefinisikan celebrity worship sebagai <sup>3</sup> "an increased admiration towards a famous person, which sometimes manifests in an excessive interest in the life of a celebrity". McCutcheon menjelaskan bahwa individu dengan celebrity worship memiliki perasaan worshipping yang kuat terhadap selebriti, tertarik oleh popularitas, prestasi, atau penampilan fisik mereka dan sering kali mengarah pada perilaku (Yue & Cheung, 2000 hlm 91) (Maltby et al., 2004 hlm 3) (McCutcheon et al., 2021 hlm 2) berlebihan dalam mengikuti kehidupan pribadi atau karier selebriti tersebut. Terdapat beberapa perbedaan dari masing-masing teori dalam menjelaskan celebrity worship. berfokus pada hubungan satu arah dan fantasi berlebihan kepada selebriti favoritnya. lebih menekankan dampak sosial dari ketertarikan dan kekaguman yang kuat terhadap selebriti favoritnya, sedangkan lebih menggambarkan peningkatan kekaguman dan ketertarikan yang berlebihan yang dilakukan individu, terutama terhadap kehidupan pribadi selebriti. Definisi McCutcheon dipilih karena pendekatannya yang komprehensif untuk memahami

meningkatnya kekaguman dan minat berlebihan terhadap selebriti, khususnya yang berkaitan dengan kehidupan pribadi mereka. Definisi ini lebih relevan dibandingkan dengan perspektif yang terutama berfokus pada hubungan parasosial satu arah dan fantasi berlebihan, sehingga menawarkan cakupan yang lebih sempit. Demikian pula, pada teori meskipun menekankan dampak sosial dari celebrity worship, tidak menggali secara mendalam mekanisme kekaguman dan perilaku obsesif. Definisi McCutcheon juga telah diadopsi secara luas dalam penelitian kontemporer, termasuk penelitian yang dilakukan di Indonesia, yang juga menyoroti relevansi dan penerapannya pada konteks budaya yang beragam. Dalam konteks riset di Indonesia, berdasarkan pada penelusuran google scholar, sebanyak 844 penelitian dalam lima tahun terakhir periode 2020 sampai 2024 telah menggunakan teori tersebut sebagai acuan utama untuk mengeksplorasi aspek celebrity worship. (Yue & Cheung, 2000) (Maltby et al., 2004) (McCutcheon et al., 2021)

Yue & Cheung (2000) Maltby et al., (2004) 2.1 **2** 2 Dimensi Celebrity Worship mengemukakan tiga dimensi pada celebrity worship, yaitu Entertainment-Social, Intense-Personal, dan Borderline-Pathological. A. Entertainment-social :

Aspek worship yang ditandai dengan perilaku yang cenderung bersifat sosial dan ringan. Individu pada tingkat ini mendiskusikan selebriti favorit mereka dengan teman-teman atau terlibat dalam aktivitas yang terkait dengan hiburan seperti mencari informasi terkait idola favoritnya di internet. Tetapi mereka tidak mengalami keterlibatan emosional yang mendalam atau kompulsif terhadap selebriti tersebut. B. Intense-personal : Pada aspek ini, keterlibatan emosional dengan selebriti menjadi lebih intens dan kompulsif. Individu cenderung memikirkan selebriti tersebut secara berulang, bahkan ketika mereka tidak sengaja mencarinya atau menginginkannya. Pemujaan pada aspek ini bisa menjadi lebih pribadi dan mendalam, sering kali melampaui batas-batas perilaku yang secara sosial diterima. C. Borderline-pathological : Aspek pemujaan yang paling ekstrem dan berpotensi berbahaya. Pada tingkat ini, individu menunjukkan perilaku yang jauh melampaui batas-batas normal, bahkan mungkin mencakup tindakan

ilegal atau patologis jika terkait dengan selebriti favorit mereka.

Pemujaan pada tingkat ini dapat menyebabkan dampak serius pada kehidupan individu, seperti gangguan mental. 2.1.3 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Celebrity Worship Menurut kecenderungan celebrity worship dipengaruhi oleh tiga faktor: (McCutcheon et al., 2021) (McCutcheon et al., 2002) a.

Usia: Celebrity worship mencapai klimaksnya pada masa remaja, dan akan menurun perlahan seiring bertambahnya usia. b. Keterampilan sosial:

Individu yang memiliki keterampilan sosial yang buruk menggunakan celebrity worship sebagai bentuk kompensasi atau penggantian atas kekurangan dalam membangun hubungan sosial dalam kehidupan sehari-hari. 1 Individu cenderung merasa

kesulitan dalam berinteraksi dengan orang lain secara langsung atau merasa tidak nyaman dalam situasi sosial tertentu. Akibatnya, mereka mencari penggantian dalam bentuk pengaguman terhadap selebriti. c. Jenis Kelamin:

Terdapat kecenderungan bahwa laki-laki lebih mungkin mengidolakan selebriti perempuan, sementara perempuan cenderung memilih selebriti laki-laki sebagai idola mereka. 2.2 Social Anxiety 2.2.1 Definisi Social Anxiety Definisi

social anxiety menurut adalah “ anxiety resulting from the prospect o r presence of personal evaluation in real or imagined social situations 28 menjelaskan

bahwa anxiety ini dapat muncul dalam berbagai skenario sosial di mana individu merasa dihakimi, sehingga menimbulkan perasaan tidak nyaman dan penghindaran. mendefinisikan social anxiety sebagai 4 “ persistent fear o

f embarrassment or negative evaluation while engaged in social interaction or public performance Individu dengan social anxiety cenderung

memiliki keyakinan negatif terkait dengan diri sendiri dan sensitivitas yang berlebihan terhadap penilaian orang lain. ) menjelaskan social

anxiety adalah kondisi di mana (Schlenker et al., 1982) (Schlenker et al., 1982, hlm 2) (Heimberg et al., 1999 hlm 2) (Jefferson, 2001

hlm 1 seseorang merasa cemas atau takut secara berlebihan terhadap

situasi sosial atau performanya di depan orang lain. Menurut social anxiety merupakan “ persistent fear and avoidance of social situations due to fears o

f evaluation by others. Orang dengan social anxiety cenderung merasa cemas

atau takut bahwa mereka akan dinilai secara negatif oleh orang lain, sehingga mereka menghindari situasi-situasi sosial atau kinerja yang dapat memicu kecemasan tersebut. Terdapat beberapa perbedaan dari masing-masing teori dalam menjelaskan social anxiety. menjelaskan social anxiety timbul dari penilaian aktual atau yang diantisipasi terhadap diri sendiri dalam situasi sosial, yang menyebabkan ketidaknyamanan dan penghindaran. berfokus pada social anxiety yang dikaitkan dengan kepercayaan diri yang negatif dan kepekaan lebih terhadap penilaian orang lain sehingga cenderung menghindari interaksi sosial. mengungkap social anxiety adalah kecemasan atau ketakutan yang berlebihan mengenai situasi sosial atau tampil di depan orang lain. menjelaskan bahwa social anxiety mencakup ketakutan yang terus-menerus dalam situasi sosial dan menyebabkan individu menghindari lingkungan sosial atau kinerja untuk mengurangi kecemasan. Definisi dipilih karena penjelasannya yang komprehensif, yang mencakup dimensi fear dan kepekaan terhadap evaluasi negatif yang berlaku di berbagai konteks sosial. Definisi ini telah menunjukkan fleksibilitas dan telah digunakan secara luas dalam penelitian yang melibatkan berbagai populasi dan kelompok usia. Pendekatan Heimberg memberikan pemahaman yang lebih luas dibandingkan dengan definisi lain. Pada definisi berfokus hanya pada presentasi diri, sementara definisi (Schneier & Goldmark, 2015 hlm 1) (Schlenker et al., 1982) (Heimberg et al., 1999) (Jefferson, 2001) (Schneier & Goldmark, 2015) Heimberg et al., (1999) (Schlenker et al., 1982) menekankan anxiety yang berlebihan tetapi tidak memiliki eksplorasi terperinci tentang konteks evaluasi sosial. Demikian pula, definisi Schneier & Goldmark (2015) lebih terbatas, berkonsentrasi pada penghindaran sosial tanpa mengeksplorasi mekanisme yang mendorong ataupun mendasari perilaku tersebut. Dengan demikian, definisi Heimberg dipilih untuk memahami kecemasan sosial di berbagai lingkungan. Dalam konteks riset di Indonesia, berdasarkan pada penelusuran google scholar, sebanyak 7.570 penelitian dalam lima tahun terakhir periode 2020 sampai 2024 telah menggunakan teori tersebut sebagai acuan untuk mengeksplorasi aspek



social anxiety . Pada definisi Schlenker digunakan sebanyak 2.560 penelitian. Sedangkan Schneier & Goldmark sebanyak 38 penelitian dalam lima tahun terakhir periode 2020 sampai 2024 di google scholar. 2.2.2

Dimensi Social Anxiety Menurut social anxiety dapat dibagi menjadi dua dimensi utama: 1.

**41** Social interaction situation anxiety : Kecemasan yang muncul ketika seseorang berada dalam situasi sosial tertentu atau berinteraksi sosial dengan orang lain.

Kecemasan sosial dapat timbul dalam berbagai situasi, mulai dari pertemuan sosial informal hingga situasi formal. Orang dengan kecemasan sosial merasa cemas akan disorot, dihakimi, atau dinilai negatif oleh orang lain selama interaksi sosial. ❑ Social interaction (Fear) : Kecemasan yang muncul ketika seseorang berinteraksi dengan orang lain atau berada dalam situasi sosial tertentu. Social anxiety dapat timbul dalam berbagai situasi, mulai dari pertemuan sosial informal hingga situasi formal. Orang dengan social Jefferson, (2001) (Heimberg et al., 1999) anxiety merasa cemas akan disorot, dihakimi, atau dinilai negatif oleh orang lain selama interaksi sosial ❑ Social interaction (Avoidance) : Kecemasan yang muncul ketika seseorang melakukan suatu tindakan atau kinerja yang dapat diamati oleh orang lain. Kecemasan performance bisa berkaitan dengan ketakutan akan penilaian negatif atau ketidakmampuan untuk memenuhi harapan orang lain. 2. Performance situation anxiety : Kecemasan yang muncul ketika seseorang melakukan suatu tindakan atau kinerja yang dapat diamati oleh orang lain. Kecemasan performance bisa berkaitan dengan ketakutan akan penilaian negatif atau ketidakmampuan untuk memenuhi harapan orang lain. ❑ Performance anxiety (Fear) : Kecenderungan individu untuk menghindari atau meminimalkan situasi atau interaksi sosial karena kecemasan atau ketidaknyamanan. Orang yang mengalami social anxiety sering kali takut dihakimi, dipermalukan, atau ditolak dalam lingkungan sosial. ❑ Performance anxiety (Avoidance) : Penghindaran situasi di mana individu akan dievaluasi atau dinilai berdasarkan kinerjanya, seperti dalam bidang akademik, pekerjaan, atau olahraga. Individu yang cenderung menghindari melakukan presentasi, mengikuti ujian, berpartisipasi dalam

kompetisi, atau terlibat dalam aktivitas yang mereka khawatirkan akan gagal atau tidak memenuhi harapan.

### 2.2.3 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Social Anxiety

menjelaskan 3 faktor yang mempengaruhi social anxiety : (Heimberg et al., 1999)

- Genetik:** Faktor genetik dapat memainkan peran dalam menentukan rentan seseorang terhadap kecemasan sosial. Faktor genetik berkontribusi pada pengembangan kecemasan sosial.
- Keluarga:** Pengalaman lingkungan masa kecil, termasuk kejadian traumatis atau lingkungan keluarga yang disfungsi, juga dapat berkontribusi pada pengembangan social anxiety. Lingkungan keluarga yang tidak mendukung atau konflik berkelanjutan dapat membuat individu merasa tidak aman secara sosial, menyebabkan mereka mengembangkan kecemasan terhadap interaksi sosial tanpa dukungan yang stabil.
- Sosial:** Pengalaman sosial atau interaksi sosial negatif seperti penolakan dari teman sebaya, bullying atau pengalaman dihina atau dipermalukan dalam interaksi sosial, bisa menjadi faktor yang turut berperan dalam munculnya social anxiety . Di samping itu, aspek budaya, harapan dari masyarakat, dan norma-norma sosial juga memengaruhi munculnya social anxiety .

### 2.3 Kerangka Berpikir

Di era masuknya budaya K-pop yang semakin mendominasi Indonesia, banyak individu, terutama pada usia dewasa awal cenderung memunculkan perilaku celebrity worship. Terlalu fokus pada selebriti dan menghabiskan banyak waktu untuk mengikuti kehidupan mereka bisa berpotensi berkembang menjadi perilaku celebrity worship . Dalam celebrity worship, individu tidak hanya sekadar menggemari selebriti, tetapi mereka juga menganggap selebriti tersebut sebagai figur yang sempurna. Celebrity worship merupakan fenomena di mana seseorang memuja selebriti dengan cara yang melebihi batas normal kekaguman dan bisa mengarah pada perilaku yang obsesif dan merugikan ). Salah satu faktor yang mendorong perilaku celebrity worship adalah keterampilan sosial yang buruk Dengan keterampilan sosial yang buruk, individu cenderung tidak memiliki kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dan membangun hubungan interpersonal yang sehat . Mereka cenderung menghindari situasi sosial atau kinerja di depan orang lain

karena kecemasan yang mereka alami. Orang dengan keterampilan sosial yang buruk cenderung memiliki social anxiety karena mereka merasa canggung, takut akan penilaian orang lain, dan kurang percaya diri dalam berinteraksi dengan orang lain. Penelitian menemukan bahwa keterampilan sosial yang kurang berkembang pada individu dapat menyebabkan kesulitan dalam memahami dan merespons situasi sosial dengan tepat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan tingkat social anxiety . Social anxiety atau kecemasan sosial adalah kondisi di mana seseorang merasa khawatir atau takut dalam situasi sosial dan sering merasa tidak nyaman atau takut dihadapkan pada situasi seperti berbicara di depan umum, bertemu orang baru, atau bahkan hanya berada di tengah kerumunan orang. Penelitian yang mengeksplorasi social anxiety di kalangan fujoshi (penggemar kisah boylove selebriti) dan mengidentifikasi pola perilaku yang umum menemukan bahwa fujoshi dengan social anxiety sering kali menunjukkan rasa takut yang berlebihan terhadap penilaian negatif, yang menyebabkan penghindaran interaksi sosial, baik dengan orang asing maupun orang yang mereka kenal. Penghindaran ini dilakukan sebagai mekanisme pertahanan, membantu mereka melindungi diri dari kritik dan penilaian dalam situasi sosial yang memicu kecemasan mereka. Social anxiety dalam penelitian ini memengaruhi individu untuk menjadi (McCutcheon et al., 2002) (Hidayati et al., 2022). (Rizeki, 2012) (Motoca et al., 2012) (Kennair & Kleppetø, 2018). (Zahratussyafiyah, 2022) fujoshi . Narasi boylove selebriti ini memberikan kenyamanan dan pelarian interaksi sosial di dunia nyata, sementara fandom online menjadikan interaksi yang membantu mereka mengelola kecemasan mereka. Dalam penelitian ditemukan bahwa terdapat korelasi positif yang kuat antara social anxiety dan celebrity worship , yang mengungkapkan bahwa individu dengan social anxiety melakukan penggemaran terhadap selebriti sebagai sumber kenyamanan dan koneksi. Individu cenderung membentuk ikatan emosional dan merasakan kedekatan dengan idola mereka melalui hubungan parasosial. Penggemaran ini diperkuat oleh perilaku kompulsif, seperti mengikuti selebriti secara

berlebihan di media sosial. Melalui pemaparan tersebut, terdapat indikasi bahwa individu dengan social anxiety mempengaruhi pengidolaan berlebih pada selebriti K-Pop sebagai cara untuk mengalihkan perhatian dari kecemasan yang dialami individu. Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 2.4 Hipotesis

Hipotesis penelitian ini didasarkan pada penjelasan dan teori yang telah dipaparkan: H : Tidak ada pengaruh social anxiety terhadap celebrity worship pada penggemar K-pop dewasa awal. 3 5 12 13 15 27 H a : Terdapat pengaruh yang signifikan social anxiety terhadap celebrity worship pada penggemar K-Pop dewasa awal. (Jia et al., 2023) BAB III METODE

PENELITIAN 3.1 Pendekatan Penelitian Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif melibatkan pengukuran variabel secara sistematis untuk masing-masing partisipan mendapatkan skor numerik, yang kemudian dilakukan analisis secara statistik untuk meringkas dan menafsirkan data . Pendekatan kuantitatif pada penelitian ini dilakukan dalam mengukur pengaruh variabel social anxiety terhadap celebrity worship . Dalam penelitian ini, social anxiety dan celebrity worship merupakan variabel yang diukur. 24 Dengan menggunakan instrumen atau skala yang terstandarisasi untuk mengukur variabel-variabel ini, penelitian dapat menghasilkan data yang objektif. Data ini kemudian dianalisis secara statistik untuk meringkas dan menginterpretasikan hasil, sehingga memungkinkan untuk memahami pengaruh social anxiety terhadap celebrity worship secara tepat dan terukur. 3.2 Variabel Penelitian Penelitian ini disusun menggunakan dua variabel berbeda: social anxiety dan celebrity worship . Dalam penelitian ini, social anxiety sebagai Variabel Independen (IV), sedangkan celebrity worship sebagai Variabel Dependen (DV). Karena pada penelitian ini, social anxiety (IV) merupakan variabel yang mempengaruhi, sedangkan celebrity worship (DV) merupakan variabel yang dipengaruhi. 3.2 2 1 Definisi Operasional Variabel Celebrity Worship Celebrity worship didefinisikan secara operasional oleh skor total yang diperoleh dari Celebrity Attitude Scale (CAS), yang menilai tiga dimensi: entertainment-social, intense-personal, dan borderline pathological. Dalam pengukuran

ini, skor total CAS yang tinggi (Gravetter & Forzano, 2018) menunjukkan kecenderungan celebrity worship yang tinggi pada penggemar k-pop dewasa awal, begitupun sebaliknya. 3.2.2 Definisi Operasional Variabel Social Anxiety Social anxiety didefinisikan secara operasional oleh skor total yang diperoleh dari Liebowitz Social Anxiety Scale (LSAS) dalam mengukur dua dimensi: Social interaction anxiety dan Performance anxiety . Indikator dalam pengukuran ini adalah, semakin besar skor yang diperoleh dari nilai fear dan avoidance, maka semakin tinggi social anxiety pada penggemar k-pop dewasa awal. Begitupun sebaliknya. 3.3 Populasi dan Sampel Populasi dalam penelitian ini yaitu penggemar K-Pop pada kelompok dewasa awal, namun hingga ini belum tersedia data komprehensif mengenai jumlah populasi penggemar K-pop di Indonesia. 4 7 25 Peneliti menggunakan pengambilan sampel dengan metode non-probability sampling dengan menggunakan teknik convenience sampling karena sampel terdiri dari individu yang bersedia dan mudah diakses untuk menjadi bagian dalam penelitian, bukan dipilih secara acak dari seluruh populasi . Pendekatan ini sesuai untuk mempelajari kelompok tertentu, pada penggemar K-pop dewasa awal, dengan mencari partisipan melalui saluran yang mudah dijangkau seperti platform media sosial. Pendekatan ini memungkinkan pengumpulan data yang efisien, terutama ketika populasi target telah ditentukan. Dalam memperkirakan populasi tersebut, peneliti merujuk pada jumlah total kapasitas penonton konser Kpop yang diadakan di Indonesia dalam satu tahun terakhir pada 2023-2024 untuk memperoleh gambaran jumlah penggemar Kpop dewasa awal di Indonesia. Tabel 3. 1 Total Penonton Konser Kpop di Indonesia Tahun 2024 (Gravetter & Forzano, 2018) Konser K-Pop Total Penonton Aespa 7,000 Suga BTS 30,000 Blackpink 70,000 IU 12,000 NCT Dream 70,000 Total 189,000 Peneliti menetapkan ukuran sampel penelitian berdasarkan jumlah penonton konser Kpop yang diadakan di Indonesia dalam satu tahun terakhir pada 2023-2024. Menggunakan jumlah total penonton konser Kpop sebagai populasi sampel penelitian merupakan langkah yang peneliti ambil karena memastikan sampel relevan, spesifik, dan terukur secara akurat,

sehingga meningkatkan keandalan dan validitas penelitian tentang penggemar Kpop. Menurut tabel 3.1, total jumlah penonton konser Kpop di Indonesia pada satu tahun terakhir pada 2023-2024 mencapai 189.000 orang. Girlgroup Korea yaitu Aespa memiliki jumlah penonton sebanyak 7.000 . Salah satu member BTS yaitu SUGA juga menggelar konsernya selama 3 hari berturut-turut dengan jumlah penonton sebanyak 30.000 . Blackpink memiliki jumlah penonton sebanyak 70.000 . Konser IU yang diadakan selama dua hari dipenuhi penonton dengan kapasitas 12.000 penonton . NCT Dream memiliki jumlah kapasitas penonton sebanyak 70.000 . Pada data riset survey yang dilakukan oleh , sejumlah 33,40% merupakan penggemar kpop dewasa awal dengan rentang usia 20-25 tahun. Jumlah penggemar K-pop dewasa awal yang diperkirakan adalah 63.126, yang merupakan populasi untuk penelitian ini. Menurut tabel Isaac dan Michael , dalam jika mempertimbangkan margin of error sebesar 5%, ukuran populasi pembanding terdekat untuk penelitian ini adalah 75.000. Untuk jumlah populasi tersebut, maka ukuran sampel minimal 384 subjek (ngopibareng, 2023) (ngopibareng, 2023) (Aulia, 2023) (Tempo.co, 2024) (Azzahra, 2024) (Naurah, 2023) (Sugiyono, 2019) diperlukan untuk mencapai hasil yang signifikan secara statistik. Beberapa karakteristik kriteria partisipan pada riset ini, yaitu:  Dewasa awal berusia 18-25 tahun  Menjadi fanbase dari minimal 1 Kpop (Girlgroup, Boygroup, Soloist)

3.4 Instrumen Penelitian Dalam melakukan penelitian ini, dua instrumen utama digunakan. **26 55** Pertama adalah Liebowitz Social Anxiety Scale (LSAS), sebagai alat untuk mengukur social anxiety .

**15 19 52** Instrumen kedua adalah Celebrity Attitude Scale (CAS), sebagai instrumen untuk mengukur celebrity worship. 3.4.1 Deskripsi Instrumen Liebowitz

Social Anxiety Scale (LSAS) Skala social anxiety Liebowitz (LSAS), dibuat oleh Dr. Michael Liebowitz, adalah alat ukur yang dirancang untuk menilai fobia sosial, atau kecemasan sosial. LSAS mengukur tingkat keparahan fear dan avoidance dalam dua situasi yaitu social interaction dan performance . mengadaptasi LSAS ke dalam bahasa Indonesia, sehingga cocok untuk digunakan dalam penelitian di Indonesia. LSAS terdiri dari

24 item, dibagi menjadi dua dimensi utama; Social interaction situation , mencakup 11 item yang menilai kecemasan dalam skenario berbasis konteks interaksi sosial, dan Performance situation , mencakup 13 item yang menilai kecemasan dalam skenario berbasis performance . **32** Setiap item menggunakan dua skala Likert 4 poin untuk mengukur: Intensitas Fear : Dalam range dari (tidak ada) hingga 3 (berat) dan Frekuensi Avoidance : Dalam range dari (tidak pernah) hingga 3 (selalu). **35** Uji validitas konstruk menggunakan **6** “Confirmatory Factor Analysis” **35** telah dilakukan pada alat ukur ini, memperoleh nilai (Srisayekti et al., 2022) sebesar  $r = 0,98$  (LSAS Fear) dan  $r = 0,94$  (LSAS Avoidance) . Uji reliabilitas dari LSAS-SR Indonesia diperoleh sebesar 0,92 pada total LSAS, 0,88 pada LSAS Fear dan 0,84 pada LSAS Avoidance . Versi bahasa Indonesia dari LSAS-SR menunjukkan konsistensi dan validitas yang kuat, menunjukkan bahwa aitem-aitem dalam skala tersebut dapat mengukur social anxiety dengan reliabel.

**Tabel 3. 2 Blueprint Liebowitz Social Anxiety Scale (LSAS)**

Dimensi	Indikator	Nomor Aitem	Jumlah Aitem
Performance anxiety	Tampil di depan banyak orang	1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 13, 14, 16, 17, 20, 21	13
	Berinteraksi dengan figur otoritas	5, 7, 10, 11, 12, 15, 18, 19, 22, 23, 24	11
Total			24

**3.4 2 Deskripsi Instrumen**

**Celebrity Attitude Scale (CAS)** Celebrity Attitude Scale (CAS) merupakan alat ukur yang dikembangkan oleh untuk mengukur tingkat celebrity worship di kalangan individu. **17 47** Skala ini menilai tiga tingkat celebrity worship: entertainment-social (8 aitem) , intense personal (11 aitem) , borderline pathological (3 aitem) . **16 33 54** Skala ini terdiri dari 22 item dan telah diadaptasi dan diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia oleh . **2** Alat ukur Celebrity Attitude Scale (CAS) telah diuji validasi oleh melalui Content Validity Ratio (CVR) dengan nilai sebesar 0,890, yang menunjukkan content validity yang kuat. Uji reliabilitas juga dilakukan pada setiap dimensi. Coefficient reliability dihasilkan sebesar 0,797 ( entertainment-social), (Srisayekti et al., 2022) (Maltby et al., 2005) (Tresna et al., 2021) (Tresna et

al., 2021) 0,820 ( intense personal ) dan 0,502 ( borderline pathological . Pada dimensi borderline memiliki coefficient reliability yang lebih rendah. Melalui pengujiannya, Celebrity Attitude Scale (CAS) diakui sebagai instrumen yang reliabel dan valid dalam mengukur celebrity worship. Tabel 3.

2 3 Blue Print Celebrity Attitude Scale (CAS) Dimensi Nomor Aitem

Jumlah Aitem Entertainment-social 4, 6, 9, 13, 15, 18, 21, 22 8

Intense-personal 1, 2, 3, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 14, 19 11

Borderline-pathological 16, 17, 20 3 Total 22 3.4 2 26 3 Pengujian Psikometri Uji

psikometri dalam penelitian ini dilakukan pada dua alat ukur yaitu

Liebowitz Social Anxiety Scale (LSAS) dan Celebrity Attitude Scale (CAS). 38 Pengujian

psikometri bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan

dalam penelitian ini keduanya memiliki reliabilitas dan validitas yang memadai. Proses

ini dilakukan untuk menjamin bahwa setiap instrumen pengukuran dapat

secara akurat dan konsisten mengukur variabel-variabel penelitian yaitu

Liebowitz Social Anxiety Scale (LSAS) dan Celebrity Attitude Scale (CAS). 2 Uji alat

ukur ini dilakukan dengan melibatkan subjek penelitian yaitu penggemar

Kpop pada rentang usia 18-25 tahun. Kuesioner online melalui Google

Form dibagikan pada 61 subjek. 2 31 Uji reliabilitas Cronbach's alpha dan

validitas Pearson's dilakukan dengan menggunakan JASP versi 0.18 2. a. Uji

Validitas Liebowitz Social Anxiety Scale (LSAS) Peneliti menguji validitas

pada alat ukur LSAS menggunakan construct validity dengan software JASP

versi 0.18.2. Construct validity digunakan untuk menentukan seberapa baik

alat ukur menangkap konstruk teoritis yang ingin diukur. Construct

validity dapat dinilai dengan mencari korelasi antara masing-masing item

dan skor total dalam setiap dimensi . Pada tabel 3.4 menunjukkan hasil

bahwa aitem yang memiliki korelasi yang tinggi (di atas 0.4) dan

signifikan ( $p < 0,001$ ), menunjukkan bahwa item-item tersebut valid karena

memiliki hubungan yang kuat dengan skor total tes. Pada empat aitem

yaitu SIF7, PAF2, PAA1, dan PAA11 memiliki korelasi 0,253 - 0,390 dan

$p = 0,002 - 0,049$ . Meskipun signifikan, korelasinya cukup rendah. Terliha

t juga delapan aitem memiliki korelasi yang rendah dan tidak



signifikan, 0,071 – 0,245,  $p \geq 0,05$ . Aitem-aitem tersebut yaitu SIF1, PAF, PAF3, PAF8, PAF11, PAF13, PAA3, DAN PAA8. (Shultz et al., 2014)

Tabel 3. 4 Uji Validitas Liebowitz Social Anxiety Scale (LSAS) Aite m

SIF5 SIF7 SIF10 SIF11 SIF12 SIF15 SIF18 SIF19 SIF22 SIF23 SIF24 SIF

SIF 0,202 0,483\*\*\* 0,466\*\*\* 0,431\*\*\* 0,364\*\* 0,455\*\*\* 0,253\* 0,427\*\*\*

0,580\*\*\* 0,406\*\* 0,457\*\*\* - SIF5 - SIF7 0,140 - SIF1 0,167 0,331\*\*

- SIF1 1 -0,049 378\*\* 0,476\*\*\* - SIF1 2 0,345\*\*\* 0,424\*\*\* 0,363\*\*\*

0,340\*\* - SIF1 5 0,218 0,324\* 0,275\* 0,052 0,371\*\* - SIF1 8 0,052

0,024 0,460\*\*\* 0,156 0,208 0,346\*\* - SIF1 9 0,276\* 0,197 0,182 0,175

0,392\*\* 0,293\* 0,233 - SIF2 2 0,282\* 0,413\*\*\* 0,388\*\* 0,356\*\* 0,201

0,291\* 0,043 0,418\*\*\* - SIF2 3 0,009 0,460\*\*\* 0,268\* 0,383\*\* 0,314\*

0,299\* 0,035 0,283\* 0,311\* - SIF2 4 0,173 0,211 0,408\*\* 0,076 0,056

0,256\* 0,258\* 0,147 0,461\*\*\* 0,195 - SIA5 SIA7 SIA10 SIA11 SIA12

SIA15 SIA18 SIA19 SIA22 SIA23 SIA24 SIA SIA 0,531\*\*\* 0,506\*\*\* 0,578\*\*\*

0,591\*\*\* 0,629\*\*\* 0,572\*\*\* 0,520\*\*\* 0,544\*\*\* 0,634\*\*\* 0,592\*\*\* 0,597\*\*\* -

SIA5 - SIA7 0,331\*\* - SIA1 0,599\*\*\* 0,447\*\*\* - Keterangan: \* $p <$

0,05, \*\* $p <$  0,01, \*\*\* $p <$  0,001 SIA1 1 0,502\*\*\* 0,248 0,534\*\*\* -

SIA1 2 0,458\*\*\* 0,385\*\* 0,530\*\*\* 0,771\*\*\* - SIA1 5 0,602\*\*\* 0,415\*\*\*

0,650\*\*\* 0,476\*\*\* 0,385\*\* - SIA1 8 0,479\*\*\* 0,408\*\* 0,592\*\*\* 0,440\*\*\*

0,406\*\* 0,595\*\*\* - SIA1 9 0,399\*\* 0,332\*\* 0,511\*\*\* 0,578\*\*\* 0,685\*\*\*

0,345\*\* 0,449\*\*\* - SIA2 2 0,501\*\*\* 0,477\*\*\* 0,554\*\*\* 0,553\*\*\* 0,496\*\*\*

0,572\*\*\* 0,588\*\*\* 0,443\*\*\* - SIA2 3 0,444\*\*\* 0,388\*\* 0,470\*\*\* 0,386\*\*

0,479\*\*\* 0,574\*\*\* 0,387\*\* 0,401\*\* 0,360\* - SIA2 4 0,709\*\*\* 0,275\*\*\*

0,582\*\*\* 0,559\*\*\* 0,442\*\*\* 0,593\*\*\* 0,556\*\*\* 0,530\*\*\* 0,685\*\*\* 0,347\*\* -

Aite m PAF1 PAF2 PAF3 PAF4 PAF6 PAF8 PAF9 PAF13 PAF14 PAF16 PAF17

PAF20 PAF21 PAF 0,243 0,373\*\*\* 0,130 0,430\*\*\* 0,506\*\* 0,562\*\*\* 0,475\*\*\*

0,145 0,672\*\*\* 0,575\*\*\* 0,146 0,425\*\*\* 0,245 - PAF1 - PAF2 0,360\*\* -

PAF3 0,573\*\*\* 0,362\*\* - PAF4 0,452\*\*\* 0,114 0,371\*\* - PAF6 -0,009

0,099 -0,145 0,040 - PAF8 0,269\* 0,129 0,160 0,318\* 0,242 - PAF9

0,385\*\* 0,129 0,344\*\* 0,354\*\* 0,091 0,728\*\*\* - PAF1 3 0,474\*\*\* 0,201

0,712\*\*\* 0,456\*\*\* -0,200 0,066 0,306\* - PAF1 4 0,128 0,317\* 0,197

REPORT #24638859

0,259\* 0,245 0,273\* 0,363\*\* 0,150 - PAF1 6 -0,027 0,147 0,038 0,017  
 0,443\*\*\* 0,346\*\* 0,194 -0,029 0,537\*\*\* - PAF1 7 0,005 0,015 0,400\*\*  
 0,097 0,064 0,078 0,138 0,220 0,194 0,402\*\* - PAF2 -0,027 0,087  
 -0,024 0,018 0,534\*\*\* 0,282\* 0,093 -0,033 0,353\*\* 0,677\*\*\* 0,478\*\*\* -  
 PAF2 1 0,111 0,016 0,184 0,058 0,268\* 0,230 0,135 0,095 0,343\*\* 0,244  
 0,165 0,250 - PAA1 PAA2 PAA3 PAA4 PAA6 PAA8 PAA9 PAA13 PAA14 PAA16  
 PAA17 PAA20 PAA21 PAA 0,390\*\* 0,429\*\*\* 0,071 0,366\*\* 0,653\*\*\* 0,702\*\*\*  
 0,653\*\*\* 0,231 0,704\*\*\* 0,648\*\*\* 0,356\*\* 0,569\*\*\* 0,470\*\*\* - PAA1 -  
 PAA2 0,425\*\*\* - PAA3 0,417\*\*\* 0,310\* - PAA4 0,358\*\*\* 0,188 0,390\*\* -  
 PAA6 0,109 0,296\* -0,214\* 0,067 - PAA8 0,313\* 0,260\* -0,180 0,161  
 0,689\*\*\* - PAA9 0,200 0,191 -0,248 0,181 0,637\*\*\* 0,845\*\*\* -  
 Keterangan: \*p < 0,05, \*\*p < 0,01, \*\*\*p < 0,001 PAA1 3 0,418\*\*\*  
 0,185 0,671\*\*\* 0,468\*\*\* -0,213 -0,079 -0,030 - PAA1 4 0,275\* 0,326\*\*  
 -0,189 0,126 0,582\*\*\* 0,561\*\*\* 0,509\*\*\* 0,038 - PAA1 6 0,336\*\* 0,326\*  
 -0,074 -,078 0,455\*\*\* 0,607\*\*\* 0,430\*\*\* 0,006 0,538\*\*\* - PAA1 7 0,373\*\*  
 0,315\* 0,269\* 0,094 0,067 0,222 0,140 0,140 0,097 0,365\*\* - PAA2  
 0,270\* 0,248 -0,016 0,063 0,611\* 0,570\*\*\* 0,404\*\* -0,082 0,483\*\*\*  
 0,417\*\*\* 0,312\* - PAA2 1 0,028 -0,132 -0,194 0,342\*\* 0,299\*\*\* 0,329\*\*  
 0,261\* -0,009 0,258\* 0,228 0,002 0,388\*\* - b. Uji Reliabilitas

Liebowitz Social Anxiety Scale (LSAS) Pengujian reliabilitas dilakukan pada  
 Liebowitz Social Anxiety Scale (LSAS) menggunakan Cronbach's Alpha .  
 Keandalan Cronbach's Alpha , sebagaimana dijelaskan oleh menilai  
 konsistensi internal instrumen psikometrik, yang menunjukkan seberapa baik  
 item mengukur konstruk yang sama, dengan nilai yang menandakan  
 konsistensi yang baik yaitu 0,70. **2 31 51** Uji reliabilitas dilakukan pada  
 aplikasi JASP versi 0.18.2, hasil menunjukkan alat ukur LSAS mendapatkan  
 skor 0.921 pada 48 aitem yang telah dinilai. c. Analisis Aitem  
 Liebowitz Social Anxiety Scale (LSAS) Analisis aitem dilakukan pada alat  
 ukur Liebowitz Social Anxiety Scale (LSAS) menggunakan item rest  
 correlation pada software JASP 0.18.2. Mengacu pada menyatakan bahwa  
 nilai indeks daya pembeda minimum adalah sebesar  $\geq 0,25$  yang dapa

t diterima. Berdasarkan hasil yang terlihat dalam lampiran 1. terdapat sembilan aitem yang memiliki nilai reliabilitas rendah, yaitu aitem SF1, SF7, PF1, PF3, PF8, PF11, PF13, PA3, PA8 dengan rentang nilai -0,213 – 0,022. d. Uji Validitas Celebrity Attitude Scale Uji validitas Celebrity Attitude Scale (CAS) dilakukan menggunakan construct validity Pearson's dengan perangkat lunak JASP versi 0.18.2. Untuk mengevaluasi construct validity dilakukan dengan mencari korelasi antara setiap item pada CAS dan skor total CAS untuk setiap dimensi. Pada tabel 3.7 menunjukkan hasil bahwa pada aitem dengan korelasi 0,445 – 0,764,  $p < 0,05$  memiliki korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa item- item tersebut valid karena memiliki hubungan yang kuat dengan skor total tes. (Shultz et al., 2014) (Azwar, 2012) Tabel 3. 5 Uji Validitas Celebrity Attitude Scale (CAS) Keterangan: Aitem ES4 ES6 ES9 ES13 ES15 ES18 ES21 ES22 ES0,672\*\*\* 0,700\*\*\* 0,662\*\*\* 0,497\*\*\* 0,663\*\*\* 0,717\*\*\* 0,623\*\*\* 0,764\*\*\* ES4 - ES6 0,527\*\*\* - ES9 0,545\*\*\* 0,526\*\*\* - ES13 0,336\*\* 0,381\*\* 0,577\*\*\* - ES15 0,575\*\*\* 0,484\*\*\* 0,593\*\*\* 0,539\*\*\* - ES18 0,665\*\*\* 0,588\*\*\* 0,769\*\*\* 0,588\*\*\* 0,586\*\*\* - ES21 0,325\* 0,518\*\*\* 0,427\*\*\* 0,478\*\*\* 0,335\*\* 0,590\*\*\* - ES22 0,555\*\*\* 0,651\*\*\* 0,614\*\*\* 0,625\*\*\* 0,676\*\*\* 0,622\*\*\* 0,496\*\*\* - IP1 IP2 IP3 IP5 IP7 IP8 IP10 IP11 IP12 IP14 IP19 IP0,329\*\* 0,625\*\*\* 0,569\*\*\* 0,546\*\*\* 0,601\*\*\* 0,729\*\*\* 0,578\*\*\* 0,698\*\*\* 0,445\*\*\* 0,635\*\*\* 0,557\*\*\* IP1 - IP2 0,413\*\*\* - IP3 0,219 0,252 - IP5 0,181 0,247 0,140 - IP7 0,256\* 0,329\*\* 0,069 0,636\*\*\* - IP8 0,289\* 0,328\*\* 0,379\*\* 0,387\*\* 0,484\*\*\* - IP10 0,196 0,194 0,437\*\*\* 0,388\*\* 0,419\*\*\* 0,538\*\*\* - IP11 0,285\* 0,338\*\* 0,533\*\*\* 0,302\* 0,296\* 0,591\*\* 0,583\*\*\* - IP12 0,205 0,226 0,220 0,142 0,134 0,444\*\*\* 0,234 0,372\*\* - IP14 0,121 0,348\*\* 0,291\* 0,378\*\* 0,339\*\* 0,631\*\*\* 0,401\*\* 0,485\*\*\* 0,594\*\*\* - IP19 -0,003 0,312\* 0,417\*\*\* 0,180 0,062 0,519\*\*\* 0,542\*\*\* 0,414\*\*\* 0,409\*\* 0,557\*\*\* - BP16 BP17 BP20 BP BP0,730\*\*\* 0,293\* 0,587\*\*\* - BP16 - BP17 0,385\*\* - BP20 0,552\*\*\* 0,293\* 0,587\*\*\* - \* $p < 0,05$ , \*\* $p < 0,01$ , \*\*\* $p < 0,001$  e. Uji Reliabilitas Celebrity Attitude Scale (CAS) Uji reliabilitas dilakukan pada

Celebrity Attitude Scale (CAS) menggunakan Cronbach's Alpha . Sebagaimana dijelaskan oleh keandalan Cronbach's Alpha menilai konsistensi internal instrumen psikometrik apabila nilai yang menandakan konsistensi yang baik yaitu  $> 0,70$ .

31 51 Uji reliabilitas dilakukan pada aplikasi JASP versi 0.18.2, hasil menunjukkan alat ukur CAS mendapatkan skor 0.916, dan terbukti sebagai alat ukur yang reliabel. f. Analisis Aitem Celebrity Attitude Scale (CAS) Analisis aitem dilakukan pada alat ukur Celebrity Attitude Scale (CAS) menggunakan menggunakan item rest correlation pada software JASP

0.18.2. Pada tabel 3.6 terdapat satu aitem yang memiliki nilai reliabilitas rendah, yaitu aitem BP17 pada dimensi borderline-pathological dengan nilai 0,230. Mengacu pada menyatakan bahwa nilai indeks daya pembeda minimum adalah sebesar  $\geq 0,25$  yang dapat diterima. (Shultz et al., 2014) (Azwar, 2012) Tabel 3. 6 Hasil Analisis Aitem Celebrity Attitude Scale (CAS) Nomor Aitem Item rest correlation IP1 0,324 IP2 0,575 IP3 0,505 ES4 0,638 IP5 0,490 ES6 0,650 IP7 0,538 IP8 0,695 ES9 0,628 IP10 0,523 IP11 0,654 IP12 0,391 ES13 0,441 IP14 0,589 ES15 0,619 BP16 0,693 BP17\* 0,230 ES18 0,676 IP19 0,508 BP20 0,526 ES21 0,570 ES22 0,726 \*: Aitem rendah 3.5 Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan seluruh data yang dibutuhkan. Peneliti melakukan pengolahan data yang diperoleh menggunakan melalui JASP 0.18.2 dan melakukan teknik analisis yaitu: 1. Statistik Deskriptif Untuk memahami subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin, usia, jenis fan Kpop, dan kegiatan penggemar, peneliti menggunakan statistik deskriptif. Data yang dikumpulkan mencakup informasi tentang jenis kelamin, usia, jenis fan Kpop, dan kegiatan sebagai penggemar. 2 29 Statistik deskriptif yang digunakan meliputi mean (rata-rata) untuk mengetahui rata-rata usia responden, standar deviasi untuk mengukur sebaran data, serta nilai minimum dan maksimum untuk melihat rentang data. Distribusi frekuensi digunakan untuk mengetahui jumlah responden dalam setiap kategori seperti jumlah pria dan wanita atau jenis fan Kpop. Hasilnya memberikan gambaran umum tentang karakteristik demografis subjek penelitian. 2 4 7 2. Uji Asumsi Pada regresi

linear sederhana, terdapat empat uji asumsi yang perlu terpenuhi, yaitu:

a. Uji Normalitas Shapiro-Wilk Peneliti menggunakan uji ini untuk mengetahui apakah variabel dependen memiliki distribusi normal. Data ini dianggap memiliki distribusi normal apabila  $p < 0,05$  b. 2 4 6 8 9 10 22 43 Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel adalah linear dan tepat, dengan mengamati hasil dari Q-Q plots . Hasil uji ini

dianggap linear jika titik-titik pada plot tersebut cenderung sejajar

dengan garis diagonal c. Uji Homoscedasticity Uji homoscedasticity

digunakan untuk menunjukkan bahwa variabilitas antara dua data adalah

setara Pengujian ini dapat dievaluasi dengan memvisualisasikan sebaran plot

residual dan predicted value , dimana titik-titiknya harus disebar

secara acak tanpa membentuk pola yang jelas. Apabila titik-titik

menyebar, hal ini menunjukkan bahwa homoskedastisitas tidak dilanggar, yang

berarti kedua data memiliki variabilitas yang konsisten atau setara. d.

Uji Independen Error 37 (Goss-Sampson, 2022). (Goss-Sampson, 2022)

(Goss-Sampson, 2022). Uji independen eror dilakukan untuk memastikan data tidak dipengaruhi oleh data lain . Uji ini dilakukan menggunakan

Durbin-Watson . Data mampu dianggap independen apabila hasilnya berada

diantara 1 dan 3. 3. Uji Regresi Pada penelitian ini, uji regresi

linear sederhana akan digunakan. 42 Teknik analisis ini digunakan untuk

menentukan dan mengetahui seberapa besar pengaruh social anxiety terhadap

perilaku celebrity worship. 24 46 Uji regresi linear merupakan prosedur yang

dilakukan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan satu variabel independen .

Namun, jika asumsi-asumsi uji tidak terpenuhi, peneliti tidak dapat

melaksanakan uji regresi linear sederhana dan akan menggunakan uji

regresi logistik sebagai alternatif. 3.6 Prosedur Penelitian Prosedur

penelitian melibatkan beberapa tahap, dimulai dengan pengumpulan data.

Pengumpulan data dilakukan dengan membuat kuesioner menggunakan Google

Forms , kuesioner ini dirancang untuk disebar secara daring kepada

partisipan yang memenuhi kriteria tertentu, peneliti memanfaatkan platform

media sosial, termasuk Instagram , Twitter, dan Whatsapp , untuk

menjangkau dan menghubungi partisipan, Setelah data dikumpulkan, langkah selanjutnya melibatkan pengolahan data dengan melakukan skoring data yang dikumpulkan, peneliti menggunakan Microsoft Excel untuk melakukan perhitungan awal, Selanjutnya, data diimpor ke JASP versi 0,18,2,0 untuk analisis statistik. 38 (Goss-Sampson, 2022) (Goss-Sampson, 2022) 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. 1 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 (%)
Jenis Kelamin Laki-laki	150	33,4
Perempuan	299	66,5
Usia (tahun)	18	31,6
	19	47,1
	20	6,2
	21	8,1
	22	6,8
	23	7,1
	24	5,8
	25	6,2
Jenis Kpop yang disukai		
Boygroup	129	28,7
Girlgroup	63	14,0
Soloist	47	10,4
Boygroup, Soloist	12	2,6
Girlgroup, 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 . 1 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 maksimu

$m \times 22 = 110$ . 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 Mean	Teoritik Mean	Empirik	Standar Deviasi	Minimum	Maksimum
Celebrity Worship	66	76,408	15,866	28	109	
Social Anxiety	72	89,00	25,297	8	131	
Entertainment-Social	24	30,953	5,484	11	40	
Intense-Personal	33	33,278	8,270	10	50	
Boderline- Pathological	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 42 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. 1 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. 5 9 4.3 Uji Asumsi 4.3 3 5 6 9 10 12 14 18 23 40 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  $p < 0,001$  ( $S = 0,941$ ). 11 53 Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa data tidak memenuhi asumsi normalitas yang diperlukan. 4.3 5 6 8 9 10 14 22 49 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. 43 Gambar 4. 1 Uji Linearitas 4.3 **11** 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 . Gambar 4.2 menunjukkan pola bahwa asumsi homoskedastisitas terpenuhi, karena data tidak menunjukkan heteroskedastisitas. sebagian dari distribusi data berada dalam garis diagonal. 44 (Goss-Sampson, 2022) 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 . 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 . **1** Oleh karena itu, asumsi independensi error telah terpenuhi. **1** 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 45 (Field, 2017) 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 Odds Ratio  $X^2$  df p Nagelkerke  $R^2$  H 1 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  $R^2$  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 . **11** Odds ratio yang lebih besar dari 1 menunjukkan hubungan yang positif, sedangkan rasio peluang yang kurang dari 1 menunjukkan hubungan yang negatif . 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 46 (Goss-Sampson, 2022) 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 2 Odds Ratio Nagelkerke R 2 p H 1 44 5 81,55 9 0,222 <0,00 1 Social Anxiety 1,039 <0,00 1 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.

3 39 48 BAB V PENUTUP 5.1 Kesimpulan Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh social anxiety terhadap celebrity worship di kalangan penggemar K-pop dewasa awal. 48 Hasil uji hipotesis mengungkapkan pengaruh positif yang signifikan social anxiety terhadap celebrity worship dalam kelompok dewasa awal.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seiring meningkatnya social anxiety di kalangan penggemar K-pop dewasa awal, perilaku celebrity worship juga meningkat. Dengan kata lain, tingkat social anxiety yang lebih tinggi berkontribusi pada perkembangan atau intensifikasi kecenderungan celebrity worship . 5.2 Diskusi Peneliti melakukan riset pada dewasa awal penggemar kpop dengan rentang usia 18-25 tahun. riset ini menjelaskan jika social anxiety mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap celebrity worship pada penggemar Kpop dewasa awal. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh yang juga mengidentifikasi hubungan positif antara social anxiety dan celebrity worship pada kelompok dewasa awal antara 19 – 26 tahun . Peneliti

n tersebut menyimpulkan bahwa individu dengan tingkat social anxiety yang lebih tinggi cenderung lebih terlibat dalam celebrity worship , pola yang diamati serupa dalam penelitian ini. Hasil analisis regresi logistik mengungkapkan bahwa social anxiety sebesar 21,7% berpengaruh terhadap celebrity worship secara signifikan dan memiliki berpengaruh positif dengan odds ratio 1,038. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan dengan social anxiety yang tinggi, lebih cenderung terlibat dalam perilaku celebrity worship yang intens. Peneliti menduga bahwa individu yang mengalami social anxiety melakukan celebrity worshipping sebagai mekanisme pelarian untuk 49 (Jia et al., 2023) mengatasi perasaan tidak nyaman berinteraksi secara sosial, perasaan takut dihakimi, atau perasaan terisolasi. Penggemar ini memungkinkan mereka untuk terhubung dengan orang lain dengan cara yang terasa aman dan tidak mengancam, karena tidak ada rasa takut ditolak atau interaksi langsung dengan idolanya. Seperti yang disimpulkan dalam penelitian sebelumnya oleh yang juga yang menekankan bahwa individu yang mengalami social anxiety menggunakan hubungan parasosial dengan selebritas ini untuk memenuhi kebutuhan emosional dan sosial yang tidak terpenuhi. Berdasarkan gambaran variabel, social anxiety menunjukkan rata-rata empirik yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata teoritik, yang menunjukkan bahwa para subjek umumnya mengalami kecemasan sosial yang tinggi. Pada variabel celebrity worship juga merupakan penggemar yang tinggi dialami subjek, dengan tingkat intensitas yang bervariasi di berbagai dimensi. Dimensi entertainment social salah satu dimensi yang yang paling menonjol dan tinggi dialami subjek. Dimensi ini mencerminkan kecenderungan individu untuk terlibat dengan selebritas sebagai sumber hiburan dan interaksi sosial. Subjek sering kali membenamkan diri dalam berbagai aktivitas seperti mengakses konten media tentang selebritas favorit mereka, berpartisipasi dalam diskusi dengan teman-teman, dan bergabung dengan komunitas penggemar . Dominasi dimensi entertainment social dalam penelitian ini didukung lebih lanjut oleh temuan yang juga

mengidentifikasi ini sebagai dimensi celebrity worship yang paling umum di antara para subjek. Peneliti juga melakukan analisis tambahan untuk menjelaskan pengaruh social anxiety pada faktor-faktor yang berperan dalam memengaruhi celebrity worship pada penggemar Kpop dewasa awal. Berdasarkan hasil dari analisis peneliti memperlihatkan jika faktor usia tidak mempengaruhi celebrity worship pada sampel yang digunakan karena tidak memiliki perbedaan usia yang signifikan, hanya ada sedikit variasi dalam usia dan berada pada kategori yang sama yaitu dewasa awal, 50 (De Bérail et al., 2019) (McCutcheon et al., 2002) (Jia et al., 2023) tidak ada perbedaan yang dapat diidentifikasi dalam bagaimana usia dapat memengaruhi celebrity worship . Pada faktor jenis kelamin juga tidak ditemukan adanya pengaruh terhadap celebrity worship . Meskipun usia dan jenis kelamin tidak memiliki pengaruh yang signifikan, analisis keduanya tetap penting. Hal ini membantu mengesampingkan faktor- faktor ini sebagai faktor yang memengaruhi dan memperkuat validitas penelitian dengan menunjukkan bahwa hasil yang diamati bukan hanya dari faktor demografi.

### 5.3 Saran

#### 5.3.1 Saran Metodologi

Berikut adalah rekomendasi yang diberikan oleh peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya:

1. Penelitian di masa mendatang diharapkan dapat memperluas cakupan demografi dengan mengikutsertakan subjek dari berbagai kelompok usia atau wilayah geografis untuk menilai apakah pengaruh social anxiety pada celebrity worship bervariasi di berbagai populasi. Dengan cakupan demografi yang lebih luas akan memungkinkan pemahaman yang lebih eksploratif tentang bagaimana usia, budaya, atau faktor demografi lainnya berpengaruh dengan celebrity worship .
2. Penelitian di masa mendatang diharapkan dapat mengeksplorasi karakteristik partisipan seperti durasi penggemar subjek terhadap kpop pilihan mereka atau seberapa banyak jenis kpop yang disukai subjek, karena hal ini memberikan wawasan tentang kedalaman keterlibatan mereka dengan fandom kpop. Dengan mengeksplorasi karakteristik partisipan, penelitian ini dapat melihat apakah karakteristik-karakteristik tersebut dapat mempengaruhi tingkat celebrity

REPORT #24638859

worship yang lebih tinggi atau mengalami social anxiety yang berbeda.

51 5.3.2 Saran Praktis Melalui kampanye sosial atau acara-acara penggemar Kpop diharapkan dapat meningkatkan awareness tentang dampak social anxiety . Melalui organisasi ataupun komunitas penggemar dapat memanfaatkan platform ini untuk menyoroti hubungan antara social anxiety dan celebrity worship . Dengan memasukkan diskusi awareness ke dalam acara penggemar, penggemar diharapkan mendapatkan insight tentang bagaimana social anxiety dapat memengaruhi kekaguman mereka terhadap selebriti. 52



REPORT #24638859

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>3.11%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7675/11/BAB%20IV.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7675/11/BAB%20IV.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>2.49%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7675/10/BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7675/10/BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>0.88%</b> eprints.walisongo.ac.id <a href="https://eprints.walisongo.ac.id/24753/1/Skripsi_1907016039_RIYANTI%20SETIA%20">https://eprints.walisongo.ac.id/24753/1/Skripsi_1907016039_RIYANTI%20SETIA%20</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.79%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6192/10/10.%20BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6192/10/10.%20BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.7%</b> repository.uinsaizu.ac.id <a href="https://repository.uinsaizu.ac.id/23308/1/LEFI%20EKA%20SANDIA_HUBUNGAN%20">https://repository.uinsaizu.ac.id/23308/1/LEFI%20EKA%20SANDIA_HUBUNGAN%20</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.68%</b> eprints.walisongo.ac.id <a href="https://eprints.walisongo.ac.id/24475/1/Skripsi_1907016154_Aisya_Najma_Milla%20">https://eprints.walisongo.ac.id/24475/1/Skripsi_1907016154_Aisya_Najma_Milla%20</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.6%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6264/10/10.%20BAB%203.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6264/10/10.%20BAB%203.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.6%</b> repository.unibos.ac.id <a href="https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/7153/2023%20">https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/7153/2023%20</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.57%</b> ettheses.uin-malang.ac.id <a href="http://ettheses.uin-malang.ac.id/33430/7/17410088.pdf">http://ettheses.uin-malang.ac.id/33430/7/17410088.pdf</a>	●



REPORT #24638859

INTERNET SOURCE		
10.	0.54% repo.iain-tulungagung.ac.id	●
	<a href="http://repo.iain-tulungagung.ac.id/3405/4/BAB%20III.pdf">http://repo.iain-tulungagung.ac.id/3405/4/BAB%20III.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
11.	0.54% eprints.upj.ac.id	●
	<a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6032/12/11.%20BAB%204.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6032/12/11.%20BAB%204.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
12.	0.53% eteses.uin-malang.ac.id	●
	<a href="http://eteses.uin-malang.ac.id/34989/1/17410159%20.pdf">http://eteses.uin-malang.ac.id/34989/1/17410159%20.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
13.	0.46% eprints.walisongo.ac.id	●
	<a href="https://eprints.walisongo.ac.id/24805/1/1708046005_Dita%20Aulia%20Wijayant...">https://eprints.walisongo.ac.id/24805/1/1708046005_Dita%20Aulia%20Wijayant...</a>	
INTERNET SOURCE		
14.	0.46% repository.unibos.ac.id	●
	<a href="https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/1738/2019%...">https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/1738/2019%...</a>	
INTERNET SOURCE		
15.	0.44% repository.unibos.ac.id	●
	<a href="https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2932/2022%...">https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2932/2022%...</a>	
INTERNET SOURCE		
16.	0.43% pdfs.semanticscholar.org	●
	<a href="https://pdfs.semanticscholar.org/df84/2199ce860a76cd38521898adf37b2c68524...">https://pdfs.semanticscholar.org/df84/2199ce860a76cd38521898adf37b2c68524...</a>	
INTERNET SOURCE		
17.	0.4% ejournal.umm.ac.id	●
	<a href="https://ejournal.umm.ac.id/index.php/cognicia/article/download/15059/8975/46..">https://ejournal.umm.ac.id/index.php/cognicia/article/download/15059/8975/46..</a>	
INTERNET SOURCE		
18.	0.4% repository.uir.ac.id	●
	<a href="https://repository.uir.ac.id/9618/1/Nelvi%20Afrilia.pdf">https://repository.uir.ac.id/9618/1/Nelvi%20Afrilia.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
19.	0.37% jurnal.wicida.ac.id	●
	<a href="https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/download/2459/905/9457">https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/download/2459/905/9457</a>	
INTERNET SOURCE		
20.	0.36% library.binus.ac.id	●
	<a href="http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab1/RS1_2017_2_168_Bab1.pdf">http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab1/RS1_2017_2_168_Bab1.pdf</a>	





REPORT #24638859

INTERNET SOURCE		
21.	0.36% repository.uma.ac.id <a href="https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/25608/1/208600192%20...">https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/25608/1/208600192%20...</a>	●
INTERNET SOURCE		
22.	0.34% repository.fe.unj.ac.id <a href="http://repository.fe.unj.ac.id/6342/5/Chapter%20III.pdf">http://repository.fe.unj.ac.id/6342/5/Chapter%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
23.	0.34% repository.uma.ac.id <a href="https://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/9609/1/Nadira%20Wulandari%..">https://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/9609/1/Nadira%20Wulandari%..</a>	●
INTERNET SOURCE		
24.	0.34% repository.mediapenerbitindonesia.com <a href="http://repository.mediapenerbitindonesia.com/327/1/K%20185%20-%20Metode..">http://repository.mediapenerbitindonesia.com/327/1/K%20185%20-%20Metode..</a>	●
INTERNET SOURCE		
25.	0.33% eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6032/11/10.%20BAB%203.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6032/11/10.%20BAB%203.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
26.	0.32% pustaka.unpad.ac.id <a href="https://pustaka.unpad.ac.id/archives/134434">https://pustaka.unpad.ac.id/archives/134434</a>	●
INTERNET SOURCE		
27.	0.32% perpustakaan.pancabudi.ac.id <a href="https://perpustakaan.pancabudi.ac.id/dl_file/penelitian/19570_3_BAB_III.pdf">https://perpustakaan.pancabudi.ac.id/dl_file/penelitian/19570_3_BAB_III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
28.	0.27% en.wikipedia.org <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Liebowitz_social_anxiety_scale">https://en.wikipedia.org/wiki/Liebowitz_social_anxiety_scale</a>	●
INTERNET SOURCE		
29.	0.27% repository.uinjkt.ac.id <a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/78421/1/ULYA%20N...">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/78421/1/ULYA%20N...</a>	●
INTERNET SOURCE		
30.	0.26% www.liputan6.com <a href="https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5231924/5-aktor-korea-terfavorit-di-du..">https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5231924/5-aktor-korea-terfavorit-di-du..</a>	●
INTERNET SOURCE		
31.	0.26% jptam.org <a href="https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/17692/12828/31505">https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/17692/12828/31505</a>	●



REPORT #24638859





INTERNET SOURCE		
32. 0.26%	eprints.uad.ac.id <a href="https://eprints.uad.ac.id/42244/1/BUKU_Sutipyo%20R%20%26%20Diponegoro...">https://eprints.uad.ac.id/42244/1/BUKU_Sutipyo%20R%20%26%20Diponegoro...</a>	●
INTERNET SOURCE		
33. 0.26%	repository.uinjkt.ac.id <a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81897/1/FAHIRA%2...">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81897/1/FAHIRA%2...</a>	●
INTERNET SOURCE		
34. 0.24%	repository.unmuhjember.ac.id <a href="http://repository.unmuhjember.ac.id/16509/3/c.%20BAB%20I.pdf">http://repository.unmuhjember.ac.id/16509/3/c.%20BAB%20I.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
35. 0.23%	repository.uinjkt.ac.id <a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81459/1/ANISA%20...">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81459/1/ANISA%20...</a>	●
INTERNET SOURCE		
36. 0.22%	eprints.umm.ac.id <a href="https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/8578/2/BAB%20I..pdf">https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/8578/2/BAB%20I..pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
37. 0.22%	jurnal.fisip.untad.ac.id <a href="https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/kinesik/article/download/1375/482/">https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/kinesik/article/download/1375/482/</a>	●
INTERNET SOURCE		
38. 0.21%	eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4325/10/10.%20BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4325/10/10.%20BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
39. 0.2%	repository.maranatha.edu <a href="http://repository.maranatha.edu/23960/7/1451068_Conclusion.pdf">http://repository.maranatha.edu/23960/7/1451068_Conclusion.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
40. 0.2%	repository.unj.ac.id <a href="http://repository.unj.ac.id/29392/14/11.%20BAB%20IV.pdf">http://repository.unj.ac.id/29392/14/11.%20BAB%20IV.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
41. 0.2%	repository.uinjkt.ac.id <a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81723/1/DINDA%20...">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81723/1/DINDA%20...</a>	●
INTERNET SOURCE		
42. 0.19%	journal.pubmedia.id <a href="https://journal.pubmedia.id/index.php/pjp/article/download/2832/2854/5366">https://journal.pubmedia.id/index.php/pjp/article/download/2832/2854/5366</a>	●



REPORT #24638859

INTERNET SOURCE		
43.	0.19% digilib.yarsi.ac.id <a href="https://digilib.yarsi.ac.id/6363/8/BAB%204.pdf">https://digilib.yarsi.ac.id/6363/8/BAB%204.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
44.	0.19% repository.unj.ac.id <a href="http://repository.unj.ac.id/3081/1/Inda%20Rahma.pdf">http://repository.unj.ac.id/3081/1/Inda%20Rahma.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
45.	0.19% journal.unj.ac.id <a href="https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jppp/issue/download/1957/282">https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jppp/issue/download/1957/282</a>	●
INTERNET SOURCE		
46.	0.17% repository-penerbitlitnus.co.id <a href="https://repository-penerbitlitnus.co.id/80/1/METODOLOGI%20PENELITIAN%20P...">https://repository-penerbitlitnus.co.id/80/1/METODOLOGI%20PENELITIAN%20P...</a>	●
INTERNET SOURCE		
47.	0.17% journal.uc.ac.id <a href="https://journal.uc.ac.id/index.php/psy/article/download/4159/3078/17424">https://journal.uc.ac.id/index.php/psy/article/download/4159/3078/17424</a>	●
INTERNET SOURCE		
48.	0.16% repository.uinjkt.ac.id <a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/47011?mode=full">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/47011?mode=full</a>	●
INTERNET SOURCE		
49.	0.15% repository.fe.unj.ac.id <a href="http://repository.fe.unj.ac.id/11824/5/Pdf%20Chapter%203.pdf">http://repository.fe.unj.ac.id/11824/5/Pdf%20Chapter%203.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
50.	0.14% repository.unas.ac.id <a href="http://repository.unas.ac.id/9422/2/BAB%201.pdf">http://repository.unas.ac.id/9422/2/BAB%201.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
51.	0.13% 2024.konaspsikes.id <a href="https://2024.konaspsikes.id/wp-content/uploads/2024/09/Buku-Abstrak-KONAS...">https://2024.konaspsikes.id/wp-content/uploads/2024/09/Buku-Abstrak-KONAS...</a>	●
INTERNET SOURCE		
52.	0.12% www.academia.edu <a href="https://www.academia.edu/7422134/identitas_Diri_Individu_yang_mengalami_...">https://www.academia.edu/7422134/identitas_Diri_Individu_yang_mengalami_...</a>	●
INTERNET SOURCE		
53.	0.12% journal.uinsgd.ac.id <a href="https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/psy/article/download/3315/2327">https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/psy/article/download/3315/2327</a>	●

REPORT #24638859

INTERNET SOURCE		
54.	<b>0.12%</b> repository.uinjkt.ac.id	
	<a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/47011/1/DIAH%20R...">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/47011/1/DIAH%20R...</a>	
INTERNET SOURCE		
55.	<b>0.11%</b> journal.unj.ac.id	
	<a href="https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jppp/article/download/15881/10437/522...">https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jppp/article/download/15881/10437/522...</a>	
INTERNET SOURCE		
56.	<b>0.1%</b> binus.ac.id	
	<a href="https://binus.ac.id/bekasi/2024/07/k-pop-dan-kesehatan-mental-benarkah-mem..">https://binus.ac.id/bekasi/2024/07/k-pop-dan-kesehatan-mental-benarkah-mem..</a>	
INTERNET SOURCE		
57.	<b>0.05%</b> library.binus.ac.id	
	<a href="http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2014-2-00029-PS%20Bab2001...">http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2014-2-00029-PS%20Bab2001...</a>	

 QUOTES

INTERNET SOURCE		
1.	<b>0.2%</b> repository.uinjkt.ac.id	
	<a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81723/1/DINDA%20...">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81723/1/DINDA%20...</a>	
INTERNET SOURCE		
2.	<b>0.19%</b> repository.unj.ac.id	
	<a href="http://repository.unj.ac.id/1221/4/BAB%20III.pdf">http://repository.unj.ac.id/1221/4/BAB%20III.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
3.	<b>0.19%</b> nusantarapedia.net	
	<a href="https://nusantarapedia.net/bahaya-psikologis-di-balik-fenomena-celebrity-wor...">https://nusantarapedia.net/bahaya-psikologis-di-balik-fenomena-celebrity-wor...</a>	
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.15%</b> en.wikipedia.org	
	<a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Liebowitz_social_anxiety_scale">https://en.wikipedia.org/wiki/Liebowitz_social_anxiety_scale</a>	
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.13%</b> library.binus.ac.id	
	<a href="http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab1/RS1_2017_2_168_Bab1.pdf">http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab1/RS1_2017_2_168_Bab1.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.03%</b> repository.uinjkt.ac.id	
	<a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81459/1/ANISA%20...">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81459/1/ANISA%20...</a>	



REPORT #24638859

INTERNET SOURCE

7. **0%** repository.uinjkt.ac.id

[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/77982/1/DJAKIYAH%.](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/77982/1/DJAKIYAH%)