



16.63%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 3 FEB 2025, 2:21 PM

Similarity report

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

● IDENTICAL	● CHANGED TEXT	● QUOTES
0.25%	16.37%	0.95%

Report #24638921

59 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Masalah Musik pop Korea atau yang lebih dikenal dengan K-Pop adalah genre musik yang populer. K-Pop tidak hanya menyuguhkan musik dan lagu dengan tampilan yang menarik, tetapi juga sistem industri musik yang matang. Promosi yang dilakukan dikemas secara lengkap, mulai dari pembuatan album, tanggal konser dunia, merchandise, hingga konten-konten yang dipublikasi selama masa promosi lagu (Liu, 2023). Sejak Korean wave mendunia, penyanyi K-pop ikut mendunia baik di Korea maupun di luar Korea, khususnya grup pria atau boy group (Sun-hwa, 2020). Meskipun dalam empat generasi grup perempuan lebih banyak dibandingkan grup pria (Tionardus, 2022), kepopuleran grup pria tetap lebih mendominasi dilihat dari penjualan album fisik, penggemar, dan penjualan tiket konser dunia (Sun-hwa, 2020). Saat ini, grup dengan penggemar terbanyak dipimpin oleh BTS dengan 74,4 juta followers instagram (Swaroop, 2023). Diikuti oleh sembilan grup lainnya yakni BlackPink (57,8 juta followers), Twice (29,6 juta followers), Stray Kids (28,8 juta followers), Itzy (20,1 juta followers), NCT (17,2 juta followers), Tomorrow x Together (15,7 juta followers), Enhypen (15,6 juta followers), Seventeen (14,4 juta followers), dan RedVelvet (12,2 juta followers) (Swaroop, 2023). Meskipun pengikut beberapa grup wanita masih lebih tinggi dibandingkan grup pria, popularitas grup pria masih tetap

REPORT #24638921

mendominasi. Hal ini dapat dilihat melalui streaming platform dan penjualan album fisik terbanyak yang hingga saat ini yang masih dipimpin oleh Seventeen, Stray Kids, Tomorrow x Together, NCT Dream, dan Enhypen (Purvashti, 2023). Lagu yang mudah didengar, kemampuan vocal setiap anggota, gerakan tarian, dan visual dari anggota boy group membuat penggemar K-Pop terus bertambah seiring waktu (Hyun-su, 2018). Menurut data Spotify tahun 2024, lima boy group teratas dengan pendengar bulanan terbanyak di dunia adalah BTS (30,3 juta pendengar), Tomorrow x Together (9,5 juta pendengar), Enhypen (9,3 juta pendengar), Stray Kids (8,8 juta pendengar), dan Seventeen (6,9 juta pendengar). 2 Indonesia terkhususnya Jakarta menempati posisi pertama dengan pendengar bulanan terbanyak dari kelima boy group tersebut. Pada group BTS, pendengar bulanan di Jakarta mencapai 781,747 listener . Pada group Enhypen, pendengar bulanan di Jakarta mencapai 378, 397 listener . Kemudian pada group Seventeen sebanyak 321, 837 listener, Tomorrow x Together 243,387 listener , dan Stray Kids sebanyak 210, 304 listener. Mengidolakan seorang selebriti identik dengan tahap perkembangan remaja, namun kenyataannya saat ini masih banyak perempuan dewasa muda yang mengidolakan selebriti seusia mereka (Yugiputri & Halim, 2022), hal ini didukung oleh penelitian McCutcheon (2002) yang memyatakan celebrity worship menjadi fenomena perilaku signifikan yang mengendalikan


REPORT #24638921

kehidupan sebagian orang dewasa. Pada masa remaja, Erickson memaparkan bahwa saat pembentukan identitas diri, mereka lebih banyak dipengaruhi oleh tokoh idola atau role model yang mereka kagumi (Sebagaimana dikutip dalam Kusuma, 2022). Hal ini disebabkan pada masa tersebut, remaja sedang menghadapi krisis identitas (identity) versus identitas peran (identity confusion) yakni tahapan kelima dalam teori perkembangan Erickson (Feist & Feist, 2018). Remaja yang pada tahapan identity versus identity confusion dilewati dengan baik, akan mempunyai kesejahteraan emosional dan psikologis yang lebih baik. Selain itu, individu yang melewati tahapan ini dengan baik akan cenderung mempunyai hubungan yang baik pula dengan teman sebayanya (Cherry, 2023). Pada seorang individu dewasa yang masih mengidolakan selebriti dapat juga dijelaskan dengan tahap perkembangan Erikson. Dalam tahap perkembangan Erickson, tahap perkembangan dewasa muda menghadapi krisis keintiman (intimacy) versus isolasi (isolation) (Feist & Feist, 2018).


Tahapan intimacy versus isolation yang baik akan membentuk hubungan 1 yang sehat dengan pasangan maupun teman dan anggota keluarga (Cherry, 2023). Saat dewasa muda kesulitan untuk memenuhi tahap perkembangannya, media dan selebriti membantu mereka membangun intimacy dengan selebriti favoritnya. Maka dari itu ketika seseorang mengalami kesulitan dalam menciptakan suatu hubungan bersama orang lain di sekitarnya, mereka


berpotensi akan mencari intimacy melalui selebriti favoritnya agar tidak merasa terisolasi, meskipun intimacy yang mereka bangun bukanlah intimacy yang sesungguhnya (Yugiputri & Halim, 2022). Sebagai seorang penggemar, upaya yang dapat dilakukan untuk lebih dekat dengan idolanya adalah dengan melakukan aktivitas seeking information, yaitu mencari informasi-informasi mengenai sang idola di media sosial agar mengetahui hal apa yang sedang idola mereka lakukan (Dewi & Indrawati, 2019).

Adapun upaya seperti menabung untuk membeli merchandise yang berhubungan dengan sang idola hal tersebut juga dikategorikan dalam bentuk dukungan terhadap sang idola (Pertiwi, 2013). Begitupun dengan menghadiri konser dunia atau world tour yang dilakukan oleh idola favorit mereka.

Perasaan bahagia ketika berjumpa langsung dengan idola favoritnya membuat penggemar merasa bahwa mereka mempunyai kedekatan dengan sang idola (Roro et al., 2020). Mengikuti idola di sosial media, mendengarkan musik idola melalui platform streaming, membeli album fisik, dan menghadiri konser merupakan beberapa bentuk aktivitas celebrity worship. 

Celebrity worship merupakan peningkatan rasa kagum seseorang terhadap selebriti atau orang terkenal, yang terkadang diwujudkan dalam ketertarikan berlebihan terhadap kehidupan selebriti tersebut (McCutcheon et al., 2021).

Bahkan terdapat individu yang membangun hubungan khayalan dengan sang idola, sampai melakukan hal-hal tertentu demi idolanya, dan 2 mencontoh segala hal yang berhubungan dengan idola favorit mereka (Aufa et al., 2019). 

 Terdapat tiga tahapan dalam celebrity worship yakni entertainment social, intense personal feeling, dan borderline pathological tendency (Maltby et al., 2005). Peneliti melakukan wawancara kepada empat subjek yang mempunyai tahapan berbeda dalam mengidolakan boy group K-Pop. Hasil wawancara peneliti kepada subjek K yang merupakan penggemar boy group Enhypen, ia menyatakan bahwa dirinya senang ketika mendapatkan informasi life update seperti pesan singkat atau pesan suara dari idolanya. Terkadang sang idola juga menyertakan beberapa foto mereka saat mengirimkan pesan-pesan tersebut, sehingga K

merasa bahwa mereka memberikan kabar kepada dirinya. Dalam tahapan pengidolaan menurut Maltby et al. (2003) pengidolaan yang dilakukan oleh K berada pada tahap terendah celebrity worship yakni entertainment social . Wawancara peneliti dengan subjek A dan S mendapatkan hasil yang berbeda. Keduanya menyatakan pengidolaan yang mereka lakukan tidak hanya sebatas mencari informasi mengenai idola favorit mereka. A dan S kerap merasakan kesedihan, kesulitan, dan kebahagiaan yang idola mereka rasakan. Sebagai contoh, apabila A dan S melihat idolanya membicarakan bagaimana mereka berusaha hingga mendapatkan penghargaan, keduanya akan ikut merasa terharu dan bahagia. Dalam tahapan CW menurut Maltby et al. (2003), pengidolaan yang dilakukan oleh A dan S berada pada tahap intens personal feeling . Sedangkan pada hasil wawancara dengan subjek terakhir, peneliti mendapatkan jawaban bahwa subjek SH berada pada tingkatan borderline-pathological tendency . Hal ini didukung oleh pernyataan subjek yang menyatakan akan melakukan apapun untuk dapat bertemu idolanya. Penggemar tidak hanya 3 memberikan waktu, tetapi juga mengeluarkan banyak biaya dan tenaga untuk idolanya (Cahyani et al., 2022). Raviv et al., Cheung dan Yue, dan Huh (Sebagaimana dikutip dalam Brooks, 2021) mendapatkan bahwa celebrity worship lebih banyak terjadi pada kalangan perempuan dibandingkan laki-laki. Hal tersebut selaras dengan temuan Maltby et al., (2006) bahwa jenis kelamin menjadi salah satu faktor lain yang memengaruhi celebrity worship . Perempuan mengagumi jenis selebriti seperti aktor atau penyanyi karena aspek emosional, seperti penampilan fisiknya atau karisma. Sementara laki-laki lebih mengidolakan atlet atau tokoh politik yang cenderung berdasarkan kekuatan fisik atau prestasi. 65 Secara khusus, perempuan lebih cenderung memilih orang lawan jenis sebagai selebriti favoritnya (Zsila et al., 2021). Perempuan dalam fandom K-pop dianggap unik karena aktivitas yang mereka lakukan sangat totalitas, baik secara online maupun offline. Mereka tidak hanya mendengarkan musik K-pop dan membeli album K-pop, tetapi juga rela bepergian ke luar negeri untuk

REPORT #24638921

menghadiri konser K-pop, menerjemahkan video konten idola mereka secara sukarela, memposting video reaksi terhadap video musik K-pop yang baru dirilis, dan bahkan mendapatkan tato dengan gambar idola K-pop mereka (Maulina et al., 2024). Stigmatisasi mengenai apa yang fandom perempuan ini lakukan menyebabkan mereka dicap sebagai individu yang berlebihan, terobsesi, emosional, tidak rasional. Engle & Kasser (2005) dalam penelitiannya mendapatkan bahwa perempuan cenderung mengidolakan selebriti pria ketika mereka belum mempunyai banyak pengalaman dalam suatu hubungan romantis, maka selebriti pria yang mereka gemari tersebut terlihat seperti memiliki model keterikatan positif terhadap laki-laki seusia mereka. Dengan demikian, pengidolaan yang dilakukan terhadap selebriti dapat dipahami sebagai 4 keinginan perempuan muda untuk mencari romansa dalam suatu hubungan dengan cara yang didorong oleh budaya komersial tempat mereka terpapar. Sehingga beberapa penelitian menunjukkan bahwa perempuan umumnya cenderung terlibat dalam bentuk celebrity worship yang lebih intens (A. Salsabila & Eva, 2024), hal tersebut dikarenakan actor atau penyanyi yang mereka idolakan menjadi sumber rasa aman dan nyaman, maka saat itulah keterikatan hubungan tercipta antara individu dengan sang idola (Stever, 2011). Oleh sebab itu, dalam konteks ini, celebrity worship berfungsi sebagai sarana pemuas kebutuhan emosional dan sosial pada perempuan. Apabila dilakukan secara berlebihan, celebrity worship akan berdampak buruk bagi kesehatan psikologis seperti anxiety dan depresi (Vinney, 2023). Tidak hanya kesehatan psikologis, celebrity worship juga akan berdampak pada bagaimana individu memandang kebahagiaan hanya sebatas uang, kecantikan, dan popularitas (Sebagaimana dikutip dalam Ayu & Astiti, 2020). Adapun Bella (2023) menyatakan celebrity worship dapat merusak hubungan individu dengan sesamanya, permasalahan keuangan, dan mengganggu aktivitas-aktivitas keseharian seseorang. Dampak lainnya adalah seseorang dengan tingkat celebrity worship yang tinggi cenderung mempunyai tingkatan self esteem dan well being yang lebih rendah (Zsila et al. (2021). Keempat

subjek menyatakan alasan mereka melakukan celebrity worship diawali dengan perasaan kesepian yang mereka alami. K yang saat ini sudah bekerja dan merasa tidak punya seseorang yang dapat diajak untuk berbagi cerita tentang kesehariannya, memilih untuk terjun ke sosial media untuk bercengkrama dengan idolanya apabila ia sedang mempunyai waktu luang. Interaksi yang keduanya lakukan terasa sebagai pelampiasan kesepian dan kelelahan yang dirasakan K. Begitu juga dengan A, S, dan SH yang merupakan seorang mahasiswa, 5 merasa bahwa orang-orang disekitarnya sering tidak memahami diri mereka, sehingga memilih untuk menghabiskan waktu untuk melakukan celebrity worship karena merasa sang idola mengerti dan memahami kondisi dan situasi yang sedang mereka alami. Hal tersebut selaras dengan temuan Aufa et al. (2019) dalam penelitiannya bahwa loneliness menjadi salah satu faktor yang memengaruhi celebrity worship . **56** Loneliness merupakan pengalaman tidak menyenangkan yang disebabkan oleh ketidakpuasan suatu hubungan dengan orang lain (Russell et al., 1984). **11** Loneliness dapat terjadi pada siapa saja, termasuk individu dewasa muda. Survei oleh Health Collaborative Center pada tahun 2023 menyatakan bahwa sekitar 44% warga Jabodetabek mengalami tingkat kesepian sedang, sedangkan 6% lainnya mengalami tingkat kesepian tinggi (Jati, 2023). Hasil dari survey ini juga menyatakan bahwa 51% warga Jabodetabek yang berusia di bawah 40 tahun juga mengalami kesepian tingkat sedang dan berpotensi mengalami kesepian 1,5 kali lebih banyak. Adapun apabila dilihat dari perspektif gender, sebanyak 52% warga Jabodetabek yang merasakan kesepian adalah perempuan, dimana perempuan dua kali lebih mungkin mengalami kesepian dibandingkan laki-laki (Jati, 2023). Penelitian dengan hasil yang sama dilakukan oleh Sun et al. (2021) dan Al Khatib (2012) menyatakan bahwa perempuan cenderung merasakan kesepian daripada laki-laki. Hal ini disebabkan karena perempuan cenderung lebih sensitif secara interpersonal dan ekspresif secara emosional dibandingkan laki-laki (Borys & Perlman, 1985). Salah satu dari banyaknya sumber loneliness adalah

kurangnya hubungan sosial yang dibangun oleh individu dengan orang lain, individu kerap kali tidak termotivasi untuk tetap terhubung dengan orang lain untuk membangun suatu koneksi (Salsabil, 2022). **11** Oleh karena itu, ketika individu terisolasi secara sosial, mereka beralih pada sarana penghubung lain seperti televisi (Sebagaimana dikutip dalam Salsabil, 2022). Selaras dengan pernyataan tersebut, Salsabila (2024) juga menyatakan individu dengan loneliness yang tinggi merasa orang disekitarnya tidak memahami mereka, sehingga mereka lebih banyak menghabiskan waktu dengan melakukan kegiatan yang disukainya seperti mencari info terbaru mengenai idolanya di media sosial. Kegiatan ini mereka lakukan karena memberikan rasa nyaman dan dukungan secara emosional ketika keseharian penggemar terasa sulit dan membutuhkan pelarian (Duszynski- Goodman, 2023). Penggemar percaya, dengan mempunyai hubungan romantis dengan idola favorit mereka akan membantu mengatasi kesepian atau kekosongan yang mereka hadapi. Hal ini sejalan dengan pernyataan Ashe & McCutcheon (2001) mengenai model absorption-addiction, dimana individu melakukan absorption (penyerapan) untuk memenuhi sense of fulfillment mereka. Kesepian dapat memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk kesehatan mental dan fisik, seperti peningkatan tekanan darah, stres, dan risiko penyakit kardiovaskular (Ren, et al., 2023). Adapun Kesepian juga dilaporkan memiliki dampak negatif pada kesehatan mental, seperti peningkatan gejala depresi dan kecemasan, ketidakteraturan tidur, dan penurunan kognitif. Selain itu, Australian Institute of Health and Welfare juga menyebutkan bahwa kesepian berkaitan dengan tekanan emosional, bunuh diri, demensia, kematian dini dan perilaku kesehatan yang buruk, seperti kurang aktivitas fisik, merokok, dan kurang tidur (Australian Government, 2025). Penelitian mengenai loneliness dengan celebrity worship sudah banyak dilakukan. Beberapa penelitian yang ditemukan adalah penelitian oleh Krismana et al. (2023) kepada penggemar kpop dewasa awal mendapatkan hasil bahwa loneliness berpengaruh terhadap celebrity worship. Hal tersebut menunjukkan bahwa

ikatan yang tercipta antara penggemar dan sang idola dianggap sebagai kompensasi atas perasaan kesepian yang terjadi akibat kurangnya hubungan mendalam antara individu dengan lingkungan sosialnya, sehingga mereka akan terus terhubung dengan sang idola yang membantu mereka untuk mengatasi perasaan kesepian yang mereka rasakan. Begitupun dengan penelitian Afa et al. (2019) pada remaja, Ayu (2019) pada mahasiswa penggemar K-pop, Nurhanisyah (2020) kepada penggemar K-pop di Jabodetabek, Rhomadhani (2022) kepada individu dewasa awal, dan Indryawati (2025) kepada penggemar boygroup Stray Kids juga mendapatkan hasil yang sama yakni terdapat pengaruh kesepian terhadap celebrity worship. Berdasarkan pemaparan di atas, dijelaskan bahwa kesepian berpengaruh terhadap celebrity worship. Pada penelitian ini, peneliti memilih perempuan sebagai subjek. Hal ini dikarenakan perempuan sering kali lebih menunjukkan keterikatan emosional yang lebih kuat dalam fandom, terutama dalam budaya pop seperti K-pop, K-drama, atau artis Hollywood. Perempuan cenderung mengagumi selebriti dengan cara yang lebih intim dan mendalam, yang sering kali melibatkan imajinasi tentang hubungan pribadi dengan idola mereka. Adapun peneliti memilih perempuan sebagai subjek disebabkan oleh perempuan yang kesulitan untuk memenuhi tahap perkembangannya. Mereka terbantu oleh media dan selebriti dalam menemukan role model dan membangun intimacy dengan selebriti favoritnya. Adapun alasan lain peneliti memilih perempuan sebagai subyek, yakni bahwa perempuan cenderung merasakan kesepian sebagaimana pernyataan Aviva (2023), E Sun et al. (2021), dan Al Khatib (2012). Kemudian, didukung pula dengan aspek yang dikemukakan oleh Maltby et al., (2006) dimana perempuan lebih cenderung mengidolakan selebriti daripada laki-laki. Adapun dinyatakan bahwa untuk data demografi, penggemar K-Pop di Indonesia didominasi sebanyak 92,1% oleh perempuan (Sebagaimana dikutip dalam Almaida et al., 2021). Meskipun penelitian yang menggunakan variabel loneliness dan celebrity worship sudah ada, sampai saat ini belum ada yang meneliti pada subjek perempuan yang



merupakan penggemar boy group K-Pop. Penelitian sebelumnya lebih banyak dilakukan pada remaja, dewasa awal, dan penggemar K-pop secara umum. 10 1.2 Rumusan

Masalah Permasalahan yang berusaha dijawab pada penelitian ini berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan adalah apakah loneliness

memengaruhi celebrity worship pada perempuan penggemar boy group K-Pop. 1 6 7 10 21 25

26 29 33 44 49 52 1.3 Tujuan Penelitian Disusunnya penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui pengaruh loneliness terhadap celebrity worship

pada perempuan penggemar boy group K-Pop. 1 6 7 10 21 25 26 29 44 49 1.4 Manfaat

Penelitian 1.4 10 1 Manfaat Teoritis Penelitian ini diharapkan mampu

memberi perkembangan pengetahuan mengenai pengaruh loneliness terhadap

celebrity worship pada perempuan penggemar K-pop. Penelitian ini juga

diharapkan dapat menjadi sumber informasi pada bidang Psikologi Sosial

sebagai kajian literatur penelitian selanjutnya. 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi informasi dan edukasi bagi

perempuan penggemar boy group Kpop untuk menggemari boy group Kpop

dalam batasan yang wajar dan mampu memperbaiki serta meningkatkan

relasi positif dengan orang-orang maupun kerabat yang berada disekitar

individu. Selain itu, diharapkan perempuan penggemar boy group Kpop

lebih dapat memahami dirinya sendiri agar mampu mengatasi kesepian yang

dirasakan dengan hal yang positif. 21 44 74 10 BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1

Celebrity Worship 2.1 1 Celebrity Worship Celebrity worship atau

pemujaan selebriti sudah didefinisikan oleh beberapa ahli. Adapun ahli

yang menyebut celebrity worship dengan sebutan lain yakni idol worship

(Cheung & Yue, 2012). Idol worship menurut Cheung & Yue adalah “ psychologica

l identification with and emotional attachment to an idol figure, who

is most likely to be a celebrity for young people nowadays (Cheung & Yue, 2012,

p. 35) dimana pemujaan selebriti diartikan adanya ketertarikan emosional

seorang penggemar terhadap idolanya. Mengenai definisi yang dipaparkan

oleh Cheung & Yue (2012), idola tidak selalu merupakan selebriti,

tetapi mereka harus memiliki ciri khas dan kemungkinan besar akan

dipuja dalam jangka waktu yang lama (Yue & Cheung, 2018). 39 Berbeda dengan

Cheung & Yue (2012), Maltby mendefinisikan celebrity worship sebagai **3** “ abnormal type of parasocial relationship, driven by absorption and addictive elements and which potentially has significant clinical sequelae **39** (Maltby et al., 2003, p 25), yakni hubungan parasosial abnormal, yang didukung oleh faktor penyerapan dan kecanduan dan berpotensi menyebabkan gejala klinis lainnya. Sedangkan Zsila et al. (2018, p **50** 654) mendefinisikan celebrity worship sebagai **1** “ obsessive fascination with a famous person, has been associated with several mental health problems, such as symptoms of depression and anxiety, dissociation, and body image concerns **50** , yakni ketertarikan secara obsesif pada orang terkenal, yang dihubungkan dengan beberapa isu kesehatan mental, antara lain; a) Isu citra tubuh, b) Disosiasi, c) Gejala kecemasan pun depresi. **64** 11 Adapun definisi lain celebrity worship menurut McCutcheon et al. yakni **4** “ increased admiration towards a famous person, which sometimes manifests in an excessive interest in the life of a celebrity **64** (McCutcheon et al., 2021, p 2), dimana celebrity worship didefinisikan sebagai peningkatan rasa kagum pada orang terkenal, yang terkadang berkeinginan lebih mengetahui kehidupan seorang selebriti. Berdasarkan beberapa pemaparan mengenai celebrity worship sebelumnya, peneliti memutuskan untuk menggunakan definisi milik McCutcheon et al. (2021) sebagai acuan. Hal ini disebabkan teori tersebut merupakan teori celebrity worship terbaru milik McCutcheon yang sudah ia kembangkan. Teori milik McCutcheon juga sesuai dengan fenomena saat ini yang akan diteliti oleh peneliti dan sudah banyak peneliti terdahulu menggunakan konsep celebrity worship McCutcheon sebagai acuan dalam penelitian mereka. Pada Google Scholar dalam empat tahun terakhir, sebanyak 839 jurnal menggunakan konsep McCutcheon sebagai acuan. Beberapa diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Asmaussolihat & Nugrahawati (2022) pada penggemar boy group NCT, Puta & Suminar (2023) kepada laki-laki penggemar boy grup K-Pop, dan Cahyani & Purnamasari (2019) pada penggemar K-Pop dewasa awal. **18** 2.1 **18** 2 Dimensi Celebrity Worship McCutcheon et al. (2002) menyatakan terdapat tiga dimensi dalam

celebrity worship, yakni : a. Entertainment-Social Dimensi ini menjadi tingkatan terendah pada CW. Pada dimensi ini, kemampuan dalam menarik perhatian pun menghibur menjadi alasan mengapa penggemar memiliki ketertarikan tersendiri terhadap selebriti favorite -nya. Contoh sikap dan perilaku yang ditunjukkan pada dimensi entertainment- social adalah penggemar berdiskusi mengenai apa yang telah dilakukan oleh selebriti favoritnya dan mempelajari kisah hidup selebriti tersebut. b. Intense-Personal Feeling Dimensi selanjutnya adalah intense-personal feeling . Pada tahap ini, penggemar mencerminkan perasaan intensif dan kompulsif terhadap selebriti favoritnya, termasuk kecenderungan obsesif. Contoh sikap dan perilaku yang ditunjukkan pada tahap intense-personal feeling adalah penggemar kerap kali memikirkan idolanya bahkan saat mereka tidak bermaksud untuk memikirkannya dan merasa bahwa selebriti favoritnya adalah belahan jiwanya. c. Borderline Pathological Tendency Dimensi borderline pathological tendency menjadi tingkatan tertinggi pada celebrity worship . 67 Pada tahap ini, penggemar mencerminkan sikap dan perilaku patologis sosial akibat memuja seorang selebriti. Contoh sikap dan perilaku yang ditunjukkan pada tahap borderline pathological tendency adalah penggemar rela melakukan hal ilegal apabila sang selebriti meminta bantuannya.

2.1.3 Faktor yang Memengaruhi Celebrity Worship

Sejumlah studi telah menemukan lima faktor yang terkait dengan celebrity worship mengacu dengan teori celebrity worship milik McCutcheon et al. (2021). Lima faktor tersebut, yakni: a. Usia Remaja ataupun dewasa muda merupakan mayoritas kelompok yang mengalami celebrity worship dibandingkan kelompok dengan usia yang lebih tua (Maltby et al., 2003). b. Jenis Kelamin 13 Perempuan lebih banyak menggemari selebriti dalam dunia hiburan (Maltby et al., 2006) dan cenderung melakukan celebrity worship pada selebriti laki-laki (Engle & Kasser, 2005) c. Cognitive Flexibility Cognitive flexibility mengacu pada kesadaran seseorang bahwa dalam situasi tertentu terdapat pilihan dan alternatif yang tersedia atau dapat secara mudah beradaptasi dengan situasi.

Individu yang melakukan celebrity worship cenderung tidak mampu mempertimbangkan pilihan, menerapkan alternatif terhadap masalah, dan sulit bersikap fleksibel. Maka saat individu menghadapi situasi stres atau menjalankan kehidupan sehari-hari, mereka yang sangat intense dalam memuja selebriti 'terkunci' dalam cara memandang dunia, sehingga tidak mampu menghadapi situasi baru atau situasi tidak biasa (Maltby et al., 2004). d. Kesepian Individu yang kesepian tertarik pada parasocial relationship. Hal ini dikarenakan parasocial relationship tidak menimbulkan tuntutan sosial. Seseorang yang kesepian tidak diharuskan berkomunikasi dengan selebriti yang mereka sukai secara langsung, sehingga tidak menimbulkan ketidaknyamanan (Ashe & McCutcheon, 2001). e. Psychological Well-being Individu dengan kecemasan, gejala depresi, dan sulit menyesuaikan diri dengan lingkungan akan lebih condong melakukan celebrity worship (Brooks, 2021). Hal ini mereka lakukan untuk menghindari dari ketidaksejahteraan pada hidupnya (Nurohmah & Prakoso, 2019).

2.2 Loneliness

2.2.1 Definisi Loneliness

Loneliness telah didefinisikan oleh beberapa ahli. Peplau (1981, sebagaimana dikutip dalam de Jong Gierveld et al., 2006, p. 485) mendefinisikan loneliness sebagai "an unpleasant experience that occurs when a person's network of social relations is deficient in some important way, either quantitatively or qualitatively". Tidak jauh berbeda dengan Peplau, de Jong Gierveld (1987, dikutip dalam de Jong Gierveld et al., 2006, p.486) mendefinisikan loneliness sebagai "a situation experienced by the individual as one where there is an unpleasant or inadmissible lack of certain relationship. This includes situations, in which the number of existing relationships is smaller than is considered desirable or admissible, as well as situations where the intimacy one wishes for has not been realized", yakni sebuah kondisi tidak menyenangkan yang dialami individu dikarenakan terdapat kekurangan relasi, di mana kondisi ini mencakup kuantitas relasi yang ada lebih sedikit dibandingkan apa yang diinginkan dan kondisi di mana keintiman yang

diinginkan belum terwujud. Adapun definisi terbaru menurut Russell & Pang yakni “loneliness reflects perceived deficiencies in the quantity, quality, or type of the individual’s relationships with others, which can lead to experiencing negative emotions and may affect the individual’s mental and physical health (Russell & Pang, 2016, p.1). Sedangkan Weiss (Sebagaimana dikutip dalam Halim & Dariyo, 2017) menjelaskan bahwa loneliness bukan disebabkan oleh seseorang yang sedang sendiri, melainkan kurangnya suatu rangkaian hubungan yang dibutuhkan oleh orang tersebut. Berdasarkan beberapa pemaparan mengenai kesepian sebelumnya, peneliti memutuskan untuk menggunakan definisi milik Russel & Pang sebagai acuan. Hal ini disebabkan teori milik Russel sesuai dengan fenomena pada penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti, yakni kurangnya kuantitas dan kualitas hubungan individu dengan orang lain sehingga terjadi kesepian. Kemudian, teori ini merupakan teori terbaru namun banyak digunakan oleh penelitian terhadulu sebagai acuan dalam penelitian mereka. Selain itu, sebanyak 16.500 penelitian dalam empat tahun terakhir telah ditemukan dalam Google Scholar menggunakan konsep milik Russel. Beberapa penelitian terbarunya yang menggunakan teori Loneliness milik Russel & Pang di Indonesia yakni, Awalinni & Harsono (2023) kepada mahasiswa psikologi, Meianisa & Rositawati (2023) kepada mahasiswa yang merantau di Kota Bandung, dan Hapsari (2022) kepada salah satu kelompok lansia.

27 2.2 1 27 28 2 Dimensi Loneliness Russell (1996) memaparkan bahwa loneliness atau kesepian merupakan konstruk unidimensional, yakni terdiri dari aitem negative (lonely) dan positive (non-lonely). Aitem negatif menggambarkan ketidakpuasan hubungan sosial individu, sedangkan aitem positif menggambarkan sebaliknya yakni kepuasan hubungan sosial individu. 27 2.2

3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loneliness Sejumlah penelitian menemukan faktor yang terkait dengan loneliness mengacu dengan teori loneliness milik Russell (1996). Empat faktor tersebut, yakni: a. Jenis kelamin Perempuan lebih cenderung mengalami kesepian dari pada laki-laki karena perempuan lebih ekspresif secara emosional (Borys & Perlman, 16

1985). Tingginya tingkat kesepian pada perempuan dipengaruhi oleh kecenderungan perempuan yang lebih tertarik pada hubungan interpersonal yang bersifat dua arah, dibandingkan laki-laki yang cenderung lebih menyukai berinteraksi dalam kelompok. Akibatnya, ketika kebutuhan akan hubungan interpersonal tersebut tidak terpenuhi, perempuan lebih rentan mengalami kesepian dibandingkan laki-laki (Adamczyk, sebagaimana dikutip dalam Fachrez et al., 2022).

b. Keberadaan teman Teman mempunyai peran penting dalam mencegah individu merasakan kesepian, cemas, stress, dan depresi. Individu dengan teman yang banyak mempunyai kesehatan mental yang lebih baik (Thompson et al., 2022).

c. Self-esteem yang rendah Individu dengan harga diri yang rendah condong merasa tidak nyaman pada saat melakukan aktivitas sosial di situasi tertentu, misalnya berada di tempat keramaian dan berbicara di tempat umum. Akibatnya individu menarik diri dari lingkungan sekitar untuk menghindari kontak sosial dan akhirnya individu mengalami kesepian (Brehm, sebagaimana dikutip dalam Putra, 2012).

d. Tidak memiliki kekuatan dalam suatu hubungan Hubungan seorang individu yang tidak nyaman akan menimbulkan rasa ketidakpuasan dalam hubungan yang dimilikinya. Rubenstein & Shaver (dalam Putra, 2012) menyimpulkan beberapa 17 alasan yang banyak dilontarkan oleh seseorang yang kesepian, yakni:

- A. Being unattached : Tidak memiliki pasangan intim, berpisah dengan pasangan.
- B. Alienation : Merasa berbeda dan tidak dibutuhkan, terasingkan, serta tidak mempunyai teman dekat.
- C. Being Alone : Selalu menyendiri.
- D. Forced Isolation : Tidak dapat bepergian sesuai kehendak individu, seperti dikarenakan oleh perawatan inap.
- E. Dislocation : Merantau atau jauh dari tempat tinggal dan memulai kegiatan baru.

2.3 Kerangka Berpikir Sejak Korean wave mendunia, penyanyi K-pop ikut mendunia baik di Korea maupun di luar Korea, khususnya di Indonesia. Indonesia berada pada urutan ketiga dengan penggemar K-Pop terbanyak di dunia (Dasom, 2023), dimana perempuan mendominasi sebanyak 92% (Almaida et al., 2021). Dalam mengekspresikan rasa cintanya kepada sang idola,

seorang penggemar, upaya yang dapat dilakukan untuk lebih dekat dengan idolanya adalah dengan melakukan aktivitas seeking information (Dewi & Indrawati, 2019), menabung untuk membeli barang-barang atau merchandise yang ada hubungannya dengan idolanya (Pertwi, 2013), dan menghadiri konser yang dilakukan oleh idola favorit mereka (Roro et al., 2020). Kegiatan-kegiatan tersebut disebut dengan celebrity worship, yakni peningkatan rasa kagum seseorang terhadap selebriti atau orang terkenal, yang terkadang diwujudkan dalam ketertarikan berlebihan terhadap kehidupan selebriti tersebut (McCutcheon et al., 2021). 18 Kegiatan celebrity worship yang mereka lakukan dapat terjadi karena penggemar K-Pop mengalami kesepian (A. Salsabila & Eva, 2024). Loneliness mencerminkan ketidakcukupan yang dirasakan dalam jenis (type), kuantitas (quantity), ataupun kualitas (quality) relasi individu dengan orang lain, yang mampu mempengaruhi kesehatan fisik pun mental serta mampu mengakibatkan emosi negative (Russell & Pang, 2016). Loneliness berpotensi menjadikan seorang individu merasa terisolasi, kosong, dan merasa tidak dicintai meskipun individu dikelilingi oleh orang lain (Cherry, 2023).

20 Loneliness yang dialami oleh penggemar K-Pop, menjadikan mereka mencari hubungan lain yang dapat lebih menerimanya, yakni dengan membangun hubungan dengan sang idola. Individu dengan loneliness yang tinggi merasa orang disekitarnya tidak memahami mereka, sehingga mereka lebih banyak menghabiskan waktu dengan melakukan kegiatan yang disukainya seperti mencari info terbaru mengenai idolanya (Salsabila, 2024). Kegiatan ini mereka lakukan karena memberikan rasa nyaman dan dukungan secara emosional ketika keseharian penggemar terasa sulit dan membutuhkan pelarian (Duszynski-Goodman, 2023). 14 48 Hal ini selaras dengan pernyataan Ashe & McCutcheon (2001) dimana individu yang kesepian dan pemalu cenderung tertarik dengan hubungan satu arah dengan selebriti, dikarenakan hubungan ini tidak menimbulkan tuntutan sosial. Hubungan satu arah dengan selebriti pada awalnya dipelajari untuk mengetahui kesepian yang disebabkan oleh kurangnya hubungan sosial individu. Individu yang

kesepian akan mencari jalan lain untuk memenuhi kebutuhan menjalin hubungan dengan orang lain dan hubungan satu arah dengan selebriti memberikan kebutuhan tersebut, yakni kepuasan dalam hubungan emosional dan sosial individu (Andriani et al., 2023). 19 2.4 Hipotesis

Berdasarkan penjelasan teori yang sudah dipaparkan, hipotesis dalam penelitian ini adalah: H : Tidak ada pengaruh loneliness terhadap celebrity worship pada perempuan penggemar boy group Kpop. 13 62 H 1 :

Terdapat pengaruh yang signifikan loneliness terhadap celebrity worship pada perempuan penggemar boy group Kpop. 1 9 16 21 25 32 36 38 53 20 BAB III

METODE PENELITIAN 3.1 Pendekatan Penelitian Penelitian yang mengukur variabel loneliness dan celebrity worship ini tergolong dalam penelitian kuantitatif.

9 Penelitian kuantitatif merupakan pengukuran sebuah variabel pada partisipan untuk mendapatkan skor numerik yang kemudian hasilnya akan diolah, diringkas, dianalisis, dan diinterpretasikan (Gravetter & Forzano, 2018). 3 9

Pendekatan kuantitatif peneliti gunakan karena peneliti berusaha melihat pengaruh loneliness terhadap celebrity worship 3.2 Variabel Penelitian Terdapat dua variabel dalam penelitian ini. 3 Variabel loneliness sebagai independent variabel atau IV, sedangkan variabel celebrity worship sebagai dependent variabel atau DV. Kedua variabel tersebut peneliti gunakan untuk mengetahui pengaruh loneliness terhadap celebrity worship pada perempuan penggemar K-pop. 3.2 1 19 1 Definisi Operasional Variabel

Loneliness Variabel loneliness dioperasionalkan dalam bentuk skor total dari UCLA Loneliness Scale Version 3 (UCLA-LS3) berdasarkan teori loneliness milik Russell (1996). Semakin tinggi skor total loneliness, akan semakin tinggi pula perempuan penggemar boy group Kpop mengalami loneliness. Begitupun sebaliknya. 3.2 2 1 Definisi Operasional Variabel

Celebrity Worship Variabel celebrity worship dioperasionalkan dalam bentuk skor total dari Celebrity Attitude Scale atau CAS dengan intense-personal, borderline -pathological , dan entertainment-social , sebagai dimensi yang diukur (Ashe & McCutcheon, 2001). 21 Interpretasi dari pengukuran Celebrity Attitude Scale (CAS) yakni semakin tinggi skor

total CAS maka tingkat celebrity worship perempuan penggemar boy group K-pop juga semakin tinggi. Begitupun sebaliknya. 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian Perempuan penggemar boy group K-pop merupakan populasi pada penelitian, tetapi hingga saat ini belum terdapat data pasti untuk mengetahui berapa jumlah populasi tersebut. Peneliti kemudian menjadikan jumlah penonton konser boy group K-pop di Indonesia pada tahun 2024 sebagai perkiraan populasi. Hal ini dilakukan guna memperoleh deskripsi terkait banyaknya perempuan penggemar boy group K-pop di Indonesia. Secara lebih lanjut, penggunaan jumlah penonton konser boy group K-pop di Indonesia sepanjang tahun 2024 dengan alasan data ini adalah data terbaru di tahun 2024. Selain itu penonton yang hadir jumlahnya adalah mutlak persatu individu, satu tiket masuk hanya mewakili satu individu tersebut. Menurut Nanda (2024) pada tahun 2024, tercatat sampai pada bulan Mei sebanyak enam boy group K-pop melaksanakan tur dunia ke Indonesia. Tabel 3.1 memaparkan total penonton yang hadir pada konser boy group yang diselenggarakan pada tahun 2024. Tabel 3. 1 Total Penonton Konser Boy Group Kpop Tahun 2024

Boy Group	Total Penonton
Lucy	1.300
NCT 127	24.000
The Rose	5.500
XDinary Heroes	5.500
TVXQ	5.000
NCT Dream	77.000
Total	118.300

Peneliti menetapkan jumlah sampel dengan menggunakan total penonton konser boy group K-pop yang berlangsung di Indonesia pada tahun 2024. Berdasarkan Tabel 3.1 total penonton yang hadir pada konser boy group K-pop yang dilaksanakan pada tahun 2024 di Indonesia adalah sebanyak 118.300 penonton. Berdasarkan IDN Times (Nuraeni, 2023), boy group Lucy dihadiri sekitar 1.300 penonton. Selain itu, konser boy group NCT 127 yang dilaksanakan di Indonesia Arena dihadiri oleh 24.000 penonton (Hasanah, 2024). Adapun konser boy group Xdinary Hereos dan The Rose dihadiri oleh 5.500 penonton (Waworuntu, 2022). Kemudian untuk boy group TVXQ yang menggelar konsernya di ICE BSD dihadiri oleh 5000 penonton (Nathania, 2023). Sedangkan NCT Dream yang menggelar konser berlokasi di GBK dihadiri oleh 77.000 penonton (CNN Indonesia,

2024). Riset yang dilakukan oleh Tridanti (2019) mendapatkan hasil sebanyak 92,1% penggemar K-pop berjenis kelamin perempuan. Maka diperkirakan dengan data penonton boy group Kpop adalah sebanyak 118.300 penonton, 92,1% penonton perempuannya adalah 108,954 penonton. **1** Untuk mewakili jumlah populasi pada penelitian ini, peneliti mengambil sampel yang ditentukan berdasarkan rumus Isaac dan Michael dengan maksimal kesalahan sebesar 5% (Sugiyono, 2019) maka minimal subjek pada penelitian ini adalah 385 subjek. Pada 23 penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampling non- probabilitas, hal ini dikarenakan peneliti tidak mengetahui besar populasi secara spesifik. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan jenis sampling convenience sampling atas dasar kemudahan untuk menemukan partisipan yang adalah anggota sampel dan memenuhi kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian (Gravetter & Forzano, 2018). Adapun kriteria sampel pada penelitian ini, yakni: 1. Perempuan 2. Menggemari boy group K-pop (Mengikuti sosial media idola, mendengarkan lagu-lagu idola, membeli merchandise idol, dan menghadiri konser idola) 3. Memiliki minimal satu akun penggemar (fan account)

3.4 Instrumen Penelitian 3.4 **42** 1 Instrumen Loneliness UCLA Loneliness Scale Version 3 yang dikembangkan oleh Russell (1996) merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel loneliness dan telah diadaptasi oleh Hudiyana et al. (2022) referensi kedalam bahasa Indonesia. UCLA-LSV 3 merupakan alat ukur dengan konstruk unidimensional yang terdiri dari 20 aitem. Aitem negative (lonely) terdiri atas sebelas aitem yang menggambarkan ketidakpuasan individu akan hubungan sosial yang mereka miliki. Sedangkan aitem positive (non-lonely) terdiri atas Sembilan aitem yang menggambarkan kepuasan individu akan hubungan sosial yang mereka miliki. **1** Skala yang digunakan berupa skala Likert dengan empat pilihan jawaban yakni “Tidak pernah” (1) sampai “Selalu” (4). **5 15 17 19 70** Semakin 24 tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi tingkat loneliness individu, begitu pun sebaliknya.

3.4 **2 4 12** 2 Instrumen Celebrity Attitude Scale (CAS) Celebrity Attitude Scale (CAS) yang dikembangkan oleh (Maltby et al. (2005)

merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel celebrity worship dan telah diadaptasi oleh (Tresna et al. (2021) kedalam bahasa Indonesia. 3 12

18 31 CAS terdiri dari 22 aitem favorable dengan tiga dimensi celebrity worship yakni entertainment social, intense personal, dan borderline pathological. 3 12 41 66 Skala yang digunakan berupa skala Likert dengan lima pilihan jawaban yakni 5 “Sangat tidak setuju” 3 12 41 66 (1) sampai “Sangat setuju” (5). 5 11 15 17 19 36 37 Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi tingkat celebrity worship individu, begitu pun sebaliknya.

Tabel 3.2 menunjukkan instrument CAS, Tabel 3. 4 2 Blue Print Celebrity Attitude Scale Dimensi Indikator Nomor Aitem Jumlah Aitem

Entertainment- social Penggemar tertarik pada selebriti favorit karena kemampuan mereka untuk menarik perhatian dan menghibur. 4 7 4, 6, 9, 13, 15, 18, 21, 22

Intense- personal Penggemar mencerminkan perasaan individu yang intensif dan kompulsif terhadap selebriti, mirip dengan kecenderungan obsesif. 4 5 1, 2, 3, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 14, 19

Borderline - pathologic Penggemar mencerminkan sikap dan perilaku sosial patologis sebagai hasil dari 16, 17, 20 3 25 al pemujaan terhadap seorang selebriti. Total 22

3.5 Pengujian Psikometri Peneliti melakukan uji psikometri pada kedua alat ukur. Peneliti melakukan uji alat ukur kepada 55 orang perempuan penggemar boy group Kpop. Pengujian alat ukur dilaksanakan melalui google form dan dibagikan pada tanggal 4-5 Juni 2024. 9 Pengujian reliabilitas dan validitas dibantu oleh software JASP versi 0.18 9 3.3.5 1 Uji Validitas

UCLA Loneliness Scale Version 3 Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan construct validity. Construct validity bertujuan mengetahui seberapa jauh UCLA Loneliness Scale Version 3 mampu mengukur konstruk teoritis yang akan di ukur. Construct validity dapat dilihat dengan perhitungan korelasi antara skor aitem dengan skor total aitem setiap dimensi (Shultz et al., 2014). Tabel 3.3 merupakan hasil pengujian validitas UCLA Loneliness Scale Version 3. Dari hasil pengujian tersebut, korelasi aitem dengan skor total memiliki skor yang baik & signifikan, yaitu 0,407 — 0,782, $p < 0,001$. Dengan hasil skor tersebut,

REPORT #24638921

alat ukur UCLA- Version 3 terbukti valid karena setiap aitem mampu mengukur loneliness pada individu. 26 Tabel 3. 3 Hasil Pengujian

Validitas UCLA Loneliness Scale Version 3 AITEM UCLA 1 UCLA

2 UCLA 3 UCLA 4 UCLA 5 UCLA 6 UCLA 7 UCLA 8

UCLA 10 UCLA 0,701 *** 0,751 *** 0,665 ***

0,407 ** 0,782 *** 0,679 *** 0,547 *** 0,535

*** 0,535 *** UCLA 1 - UCLA 2 0,571 *** - UCL

A 3 0,286 * 0,561 *** - UCLA 4 0,386 ** 0,288

* 0,027 - UCLA 5 0,661 *** 0,526 *** 0,396 **

0,443 *** - UCLA 6 0,518 *** 0,484 *** 0,491

*** 0,391 ** 0,587 *** - UCLA 7 0,186 0,40 **

0,456 *** - 0,027 0,282 * 0,244 - UCLA 8 0,188

0,458 *** 0,472 *** - 0,058 0,268 * 0,297 *

0,548 *** - UCL 0,40 ** 0,17 0,21 0,25 0,50 ** 0,45 **

0,16 0,07 - 27 A 10 13 15 * 8 * 6 6 UCLA 11 0,34

6 ** 0,514 *** 0,305 * 0,35 ** 0,525 *** 0,316 *

0,464 *** 0,356 *** 0,164 UCLA 12 0,362 ***

0,536 *** 0,434 *** 0,052 0,524 *** 0,238 0,33

2 * 0,402 ** 0,285 * UCLA 13 0,193 0,543 ***

0,617 *** - 0,026 0,337 * 0,263 0,559 *** 0,53

*** 0,263 UCLA 14 0,57 *** 0,641 *** 0,455 ***

0,194 0,45 *** 0,308 * 0,357 ** 0,393 ** 0,179 UCL

A 15 0,462 *** 0,221 0,349 ** 0,258 0,537 ***

0,463 *** 0,260,337 * 0,316 * UCLA 16 0,56 ***

0,407 ** 0,357 ** 0,243 0,55 *** 0,596 *** 0,244

0,317 * 0,422 ** UCLA 18 0,322 * 0,587 *** 0,43

5 *** 0,107 0,382 ** 0,209 0,471 *** 0,478 ***

0,194 UCLA 19 0,439 *** 0,184 0,175 0,461 ***

0,474 *** 0,604 *** 0,068 0,053 0,718 *** UCL

A 20 0,543 *** 0,458 *** 0,514 *** 0,208 0,526

*** 0,51 *** 0,429 ** 0,30 * 0,473 *** UCLA 11

REPORT #24638921

UCL A 12 UCL A 13 UCL A 14 UCL A 15 UCL A 16 UCL A 18
 UCL A 19 UCL A 20 UCL A 0,60 *** 0,65 4 *** 0,65 7
 *** 0,67 9 *** 0,58 9 *** 0,68 9 *** 0,69 2 ***
 0,52 8 *** 0,72 2 *** UCL 28 A 1 UCL A 2 UCL A 3
 UCL A 4 UCL A 5 UCL A 6 UCL A 7 UCL A 8 UCL A 10 UCL
 A 11 - UCL A 12 0,55 7 *** - UCL A 13 0,40 2 ** 0,57
 9 *** - UCL A 14 0,54 2 *** 0,50 9 *** 0,45 6 **
 * - UCL 0,10 0,35 ** 0,23 0,24 - 29 A 15 6 9 9 UCL A
 16 0,24 5 0,31 * 0,34 7 ** 0,43 7 *** 0,46 *** - UCL
 A 18 0,50 4 *** 0,49 2 *** 0,60 2 *** 0,58 1 ***
 0,20 8 0,32 4 * - UCL A 19 0,06 2 0,16 8 0,09 4 0,16 2
 0,44 1 *** 0,48 2 *** 0,13 8 - UCL A 20 0,27 * 0,36
 9 *** 0,52 4 *** 0,38 3 ** 0,39 ** 0,63 *** 0,29 3
 * 0,51 3 *** - Keterangan *p<0,05 **p<0,01 ***p<0,001 30 3.5

1 40 2 Uji

Reliabilitas UCLA Loneliness Scale Version 3 Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Cronbach's Alpha. Merujuk pada Shultz et al. (2014) alat ukur dapat dikatakan reliabel jika coefficient alpha nya menyentuh 0,70 atau lebih. Berdasarkan hasil pengujian skala UCLA pada software JASP versi 0.18.3, alat ukur ini mendapatkan skor 0,802. Artinya UCLA Loneliness Scale Version 3 terbukti reliabel atau dapat dikatakan alat ukur yang baik untuk mengukur loneliness. 3.5.3 Analisis Aitem UCLA Loneliness Scale Version 3 Pada alat ukur ini, pengujian analisis aitem dilakukan dengan item-rest correlation pada software JASP 0.18.3 untuk melihat korelasi setiap aitem. Pada Tabel 3.3 terdapat dua aitem yang perlu dieliminasi, yaitu aitem 9 dan 17 dengan rentang nilai 0,028 — 0,091.

2 15 Sebagaimana dalam Azwar (2012) aitem dengan nilai $\geq 0,30$ mempunyai daya beda baik.

Tabel 3. 4 Hasil Analisis Aitem UCLA Loneliness Scale Version 3

Nomor Aitem	Item-rest correlation	Nomor Aitem	Item-rest correlation
Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
UCLA1(-)	0,628	UCLA11	0,639
UCLA2	0,545	UCLA12	0,601
UCLA3	0,562	UCLA13	0,606
UCLA4(-)	0,719	UCLA14	0,611
UCLA5(-)	0,711	UCLA15	0,609
UCLA6	0,601	UCLA16	0,612
UCLA7	0,601	UCLA17	0,301
UCLA8	0,301	UCLA18	0,306
UCLA9	0,624	UCLA19	0,624
UCLA10	0,641	UCLA20	0,641

) 0,724 0,741 UCLA15(-) 0,505 0,508 UCLA6(- 0,644 0,637 UCLA16(0,620 0,633 31) -) UCLA7 0,497 0,507 *UCLA1 7 0,091 - UCLA8 0,490 0,509 UCLA18 0,594 0,591 *UCLA9 (-) 0,028 - UCLA19(-) 0,482 0,472 UCLA10 (-) 0,492 0,469 UCLA20(-) 0,682 0,679 (-): Aitem unfavorable *: Aitem Eliminasi Berdasarkan Tabel 3.3, aitem pada alat ukur UCLA-LSV 3 yang sudah dieliminasi mempunyai rentang nilai korelasi 0,306 – 0,741. Maka aitem-aitem tersebut dapat dikatakan baik karena memiliki daya beda yang baik yaitu $\geq 0,30$. Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas UCLA Loneliness Scale Version 3 Setelah Analisis Aitem UCLA Loneliness Scale Version 3 Cronbach's Alpha Sebelum analisis aitem 0,896 Sesudah analisis aitem 0,911 Tabel 3.4 memaparkan hasil reliabilitas alat ukur UCLA- LSV 3 setelah dua aitem dieliminasi.

Alat ukur UCLA-LSV 3 tersisa 18 aitem yang dapat digunakan dengan nilai cronbach's alpha sebesar 0,911. 3.5 **2** 4 Uji Validitas Celebrity

Attitude Scale (CAS) Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan construct validity. Construct validity bertujuan mengetahui seberapa jauh

CAS mampu mengukur konstruk teoritis yang akan di ukur. Construct validity dapat dilihat dengan perhitungan korelasi antara skor aitem dengan skor total aitem setiap dimensi (Shultz et al., 2014). Tabel 3.6 memaparkan hasil koefisien korelasi antar setiap aitem Entertainment Social dengan rentang 32 0,283 – 0,798, $p < 0,001$. Tabel 3.7 memaparkan hasil koefisien korelasi antar setiap aitem Intense Personal dengan rentang 0,129 – 0,814, $p < 0,001$. Tabel 3.8 memaparkan hasil koefisien korelasi antar setiap aitem Borderline Pathological dengan rentang 0,233 – 0,849, $p < 0,001$. 33 Tabel 3. 6 Hasil Pengujian Validitas CA

S Aite m ES 4 ES 6 ES 9 ES 13 ES 15 ES 18 ES2 1 ES
22 ES 0,7 13 *** 0,7 03 *** 0,7 20 *** 0,7 91 ***
0,7 74 *** 0,8 33 *** 0,7 6 8 *** 0,7 98 *** ES 4
- ES 6 0,3 34 * - ES 9 0,2 83 * 0,5 53 *** - ES 13
0,6 47 *** 0,4 74 *** 0,5 06 *** - ES 15 0,4 53 **
* 0,4 89 *** 0,4 75 *** 0,4 87 *** - ES 18 0,5 62

REPORT #24638921

*** 0,522 *** 0,657 *** 0,724 *** 0,582 ***
 - ES 21 0,489 *** 0,439 *** 0,462 *** 0,436 **
 * 0,632 *** 0,528 *** - ES 22 0,461 *** 0,501
 *** 0,579 *** 0,488 *** 0,661 *** 0,541 ***
 0,672 *** - IP1 IP2 IP3 IP5 IP7 IP8 IP1 IP1 1 IP1 2
 IP1 4 IP1 9 IP 0,601 0,780 *** 0,710 *** 0,791 **
 * 0,458 *** 0,740 *** 0,814 *** 0,813 *** 0,7
 69 *** 0,810 *** 0,747 *** IP 1 - IP 2 0,427
 ** - IP 3 0,3 * 0,4 ** - 34 34 06 IP 5 0,513 ***
 0,665 *** 0,448 *** - IP 7 0,311 * 0,370 ** 0,2
 09 0,492 *** - IP 8 0,348 ** 0,526 *** 0,564 **
 * 0,550 *** 0,392 ** - IP 10 0,484 *** 0,641 **
 * 0,593 *** 0,577 *** 0,216 0,577 *** - IP 11
 0,400 ** 0,558 *** 0,625 *** 0,581 *** 0,214
 0,651 *** 0,731 - IP 12 0,257 0,468 *** 0,577 **
 * 0,471 *** 0,233 0,481 *** 0,547 0,651 *** -
 IP 14 0,362 ** 0,642 *** 0,449 *** 0,565 *** 0,1
 42 0,524 *** 0,621 0,620 *** 0,765 *** - IP 19
 0,433 *** 0,510 *** 0,490 *** 0,495 *** 0,129
 0,398 ** 0,555 0,503 *** 0,696 *** 0,791 *** -
 BP 16 BP 17 BP 20 BP 0,736 0,849 0,726 BP 16 - BP 17
 0,586 *** - BP 20 0,233 0,368 *** - Keterangan
 *p<0,05 **p<0,0351 ***p<0,0013635 **3 6 20 40** 5 Uji Reliabilitas Celebrity

Attitude Scale (CAS) Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini
 menggunakan Cronbach's Alpha . Merujuk pada Shultz et al. (2014) alat
 ukur dapat dikatakan reliabel jika coefficient alpha nya menyentuh 0,70
 atau lebih. Peneliti melakukan pengujian reliabilitas alat ukur CAS
 kepada 55 perempuan penggembar boy group Kpop. Tabel 3.5 memaparkan
 hasil uji reliabilitas kepada tiga dimensi celebrity worship .
 Berdasarkan pengujian reliabilitas, diperoleh alat ukur CAS reliabel
 digunakan dengan rentang skor 0,650 – 0,900. Tabel 3. 7 Hasil Uj

i Reliabilitas Dimensi CAS Dimensi Cronbach's Alpha .

Entertainment-social 0,894 Intense-personal 0,900 Borderline-pathological 0,650

3.5.6 Analisis Aitem Celebrity Attitude Scale (CSAS) Pada alat ukur

Celebrity Attitude Scale (CAS) , pengujian analisis aitem dilakukan

dengan item-rest correlation pada software JASP 0.18.3 untuk melihat

korelasi setiap aitem. Pada Tabel 3.7 tidak ada aitem yang perlu

dieliminasi dengan rentang 0,463 — 0,810. 2 Sebagaimana dalam Azwar (2021)

aitem daya beda baik mempunyai nilai $\geq 0,30$. Tabel 3. 8 Hasil Analisis

Aitem CAS Aitem Aitem Rest Correlation Aitem Aitem Rest Correlation

IP- 0,549 IP- 0,651 37 CW1 CW12 IP- CW2 0,722 ES- CW13 0,479

IP- CW3 0,590 IP- CW14 0,715 ES- CW4 0,463 ES- CW15 0,742 IP-

CW5 0,810 BP- CW16 0,620 ES- CW6 0,610 BP- CW17 0,565 IP- CW7

0,489 ES- CW18 0,531 IP- CW8 0,657 IP- CW19 0,651 ES- CW9 0,466

BP- CW20 0,453 IP- CW10 0,703 ES- CW21 0,693 IP- CW11 0,702 ES-

CW22 0,697 3.6 Teknik Analisis Data 3.6.1 Statistik Deskriptif Peneliti

menggunakan metode ini untuk melihat gambaran subjek secara umum yang

meliputi jenis kelamin, usia, menyukai boy group Kpop apa, dan berapa

lama individu menyukai boy group Kpop. 3.6 30 2 Uji Asumsi Sebagai syarat

melakukan pengujian regresi terdapat empat uji asumsi yang harus

dipenuhi, yakni (Goss-Sampson, 2022): a. Uji Normalitas Pengujian

normalitas Shapiro-Wilk peneliti gunakan untuk mengetahui apakah data

terdistribusi normal. Apabila $p > 0,05$ maka data dapat dianggap

berdistribusi normal (Goss-Sampson, 2022). 38 b. Uji Linearitas Pengujian

linearitas dengan QQ plots peneliti gunakan untuk mengetahui apakah

terdapat hubungan yang linear antara variabel dependent dengan variabel

independent (Goss-Sampson, 2022). c. Uji Homoscedasticity Pengujian

homoscedasticity dengan metode scatter plots peneliti gunakan untuk

mengetahui jika terdapat keberagaman pada data secara seimbang. Apabila

titik-titik pada scatter plots menyebar dan tidak terbentuk pola, maka

homoscedasticity tidak dilanggar (Goss-Sampson, 2022). d. Uji Independent

Error Pengujian independent error dengan Durbin Watson peneliti gunakan

untuk memastikan bahwa data tidak mempengaruhi data lainnya. Suatu data dikatakan independent jika skor hasilnya ada di antara 1 dan 3 (Goss-Sampson, 2022). 3.6.3 Regresi Linear Sederhana Pengujian regresi linear sederhana peneliti lakukan untuk mengetahui pengaruh loneliness terhadap celebrity worship . 2 61 Apabila uji normalitas dan homoscedasticity terpenuhi, maka pengujian regresi linear sederhana dapat dilakukan. Nmaun apabila asumsi tidak terpenuhi, peneliti akan melakukan pengujian regresi logistic (Goss-Sampson, 2022). 3.5 Prosedur Penelitian Langkah yang selanjutnya peneliti lakukan yakni mengumpulkan data melalui partisipan yang sesuai dengan syarat penelitian. 24 30 72 Peneliti menggunakan google forms sebagai media penyebaran kuesioner secara online. 2 43 Data dikumpulkan melalui sosial media seperti Instagram, Twitter, Telegram, dan platform sosial media lainnya. Selain sosial media, peneliti juga 39 meminta tolong pada rekan peneliti yang mempunyai minat terhadap boy group Kpop agar menyebarkan kuesioner tersebut pada rekannya yang lain. Apabila sampel terpenuhi, peneliti akan menghapus responden yang tidak memenuhi syarat dalam penelitian ini. 2 Kemudian dengan Microsoft Excel , peneliti melakukan perhitungan pada setiap jawaban respondent . Dengan bantuan JASP 0.18.3. peneliti mengolah hasil data skoring. Uji asumsi dilakukan oleh peneliti dalam tahap pengolahan data. Interpretasi hasil untuk data kemudian dilakukan oleh peneliti terhadap data yang telah diolah sebelumnya apabila uji asumsi telah terpenuhi. 1 3 8 13 14 29 32 34 43 57 40

BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN 4.1 Gambaran Subjek Penelitian

Perempuan penggemar boy group K-pop menjadi subjek pada penelitian ini. Data demografis yang peneliti dapatkan yakni, umur, jenis kelamin, boy group K-pop yang disukai, serta kegiatan apa saja yang pernah dilakukan saat menggemari boy group tersebut. Melalui google form pada bulan Oktober hingga November 2023, peneliti mendistribusikan kuesioner pada sosial media seperti Instagram, X (Twitter), WhatsApp, dan Tiktok. Peneliti mendapatkan total 412 responden yang mengisi kuesioner ini. Tetapi sebanyak 21 responden tidak memenuhi kriteria yang peneliti

butuhkan, dimana subjek terindikasi melakukan extreme responds style bias. Extreme responds style bias terjadi apabila subjek menjawab pertanyaan dalam kuesioner dengan memilih pilihan paling ujung pada skala likert (Yulianto, 2020). Sehingga data responden yang dapat digunakan pada penelitian ini berjumlah 391 responden perempuan penggemar boy group K-pop.

4.1.1 Gambaran Data Demografis Responden Peneliti

mendapatkan hasil data demografis seperti yang tertera pada Tabel 4.1. Berdasarkan data tersebut, diperoleh keseluruhan subjek pada penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 391 responden. Mayoritas responden pada penelitian ini berusia 21 tahun (12,53%) dengan sebanyak 320 responden (81,8%) mempunyai hubungan yang erat dengan orang-orang disekitar mereka. Adapun sebanyak 265 responden (67,7%) pada penelitian ini mendapatkan dukungan dari orang-orang di sekitar mereka dan sebanyak 316 responden (80,8%) menjawab bahwa mereka tidak merasa kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya. Tabel 4.1 Gambaran Data Demografis Responden (N=391)

Variabel	Frekuensi	Persentase
Usia (tahun)		
14-20	102	26,8%
21-39	288	73,5%
Hubungan dengan orang sekitar		
Tidak Erat	71	18,1%
Erat	320	81,8%
Mendapatkan dukungan dari sekitar		
Ya	265	67,7%
Tidak	126	32,2%
Merasa kesulitan menyesuaikan diri di lingkungan sekitar		
Setuju	75	19,1%
Tidak setuju	316	80,8%
Kegiatan yang pernah dilakukan		
Membeli merchandise	316	80,8%
Menghadiri konser	128	32,7%
Mendengarkan lagu pada platform streaming	386	98,7%
Menghadiri event	150	38,3%
Mengikuti media sosial	379	96,6%
Mempunyai fan account	42	10,7%
Mempunyai account	299	76,4%

4.2. Analisis Hasil Statistik Deskriptif Responden Penelitian

4.2.1. Gambaran Variabel Loneliness dan Celebrity Worship

Tabel 4.2 memaparkan gambaran variabel Loneliness maupun Celebrity Worship beserta dimensinya pada penelitian ini.

23 Variabel loneliness dengan standar deviasi sebesar 10,012 dan mean empiric sebesar 40,113 memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 10,08 dan nilai rata-rata tertinggi sebesar 70,14. Oleh sebab itu, dapat dikatakan penyebaran subjek pada variabel Loneliness bervariasi. Kemudian pada

variabel Celebrity Worship , standar deviasi pada variabel ini yakni sebesar 12,83 dengan nilai mean empiriknya sebesar 78,64. Nilai rata-rata terendah pada variabel ini yakni 40,15 dan rata-rata tertinggi sebesar 117,13. Oleh sebab itu, dapat dikatakan penyebaran subjek pada variabel CW bervariasi. Tabel 4. 2 Gambaran Variabel CW dan Loneliness Variabel Mean Teoritik Mean Empirik Std. Deviasi Minimum Maksimum Loneliness 46 40,113 10,01 2 19 73 Celebrity Worship 73 78,641 12,83 3 37 110 Entertainment Social 53 34,038 4.284 13 40 Intense Personal 36 37,149 8.216 17 55 Borderline

Pathological 9 7,454 2.904 3 15 43 4.3. **54** Uji Asumsi 4.3 **3 5 6 7 15 16 22 24 54**

55 1 Normalitas Uji normalitas dengan metode Shapiro-Wilk dilakukan untuk melihat apakah data variabel Celebrity Worship berdistribusi normal. Hasil

pengujian normalitas pada variabel Celebrity Worship yakni $W = 0,995$, $p = 0,201$. Jika hasil dari p -value $> 0,05$ maka dapat dikatakan variabel CW berdistribusi normal (Goss-Sampson, 2022). Hasil ini menunjukkan variabel Celebrity Worship memenuhi syarat regresi linear sederhana.

4.3.2 Linearitas Uji linearitas terpenuhi apabila titik-titik data pada QQ-plots standardized residual mengelompok di dekat garis (Gravetter & Forzano, 2018). Gambar 4.1 merupakan uji linearitas pada Loneliness dan Celebrity Worship . Hasil uji linearitas pada penelitian ini menghasilkan titik-titik yang cenderung mengelompok tersusun di dekat garis diagonal. Sehingga, dapat dikatakan terdapat hubungan variabel Loneliness dan Celebrity Worship yang sifatnya linear. **34** Gambar 4. **1 34** 1 Uji

Linearitas 44 4.2 **1 34 63** 3 Independensi Error Uji independensi error dilakukan dengan Durbin-Watson untuk melihat nilai error antar variabel. Data

memenuhi uji independensi error apabila hasilnya berada pada rentang 1 dan 3 (Goss-Sampson, 2022). Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yakni sebesar 1,813, yang artinya error pada variabel Loneliness tidak berhubungan dengan error pada variabel Celebrity Worship. **73** Oleh karena itu asumsi dari uji independensi error penelitian ini terpenuhi. 4.2.4 Homoskedastisitas

Uji homoskedastisitas terpenuhi apabila data scatter plot mempunyai

sebaran titik-titik merata pada garis horizontal. Gambar 4.2 memperlihatkan hasil hitung uji homoskedastisitas Loneliness terhadap Celebrity Worship. Gambar tersebut memperlihatkan pola tersebar secara merata dan tidak membentuk pola tertentu. Gambar 4. 1 8 2 Uji Asumsi Homoskedastisitas 4.4 Uji Hipotesis Peneliti melakukan pengujian hipotesis setelah uji asumsi terpenuhi. 46 Perhitungan dilakukan dengan menggunakan analisis statistic pengujian regresi linear sederhana. Tabel 4.3 merupakan hasil dari pengujian 45 regresi linear sederhana loneliness terhadap celebrity worship Tabel 4. 3 Uji Regresi Linear Sederhana Tabel 4.3 menyatakan bahwa loneliness memengaruhi 1,7% varians celebrity worship ($R^2 = 0,017$, $F = 6,631$, $p < 0,05$), sedangkan variabel yang tidak diukur pada penelitian ini memengaruhi 98,3% varians celebrity worship. Mengacu pada Cohen (sebagaimana dikutip dalam Gravetter & Forzano, 2018) nilai koefisien determinasi atau R^2 diatas 0,01 tergolong pada pengaruh yang kecil. Oleh sebab itu, pengaruh loneliness terhadap celebrity worship cenderung kecil. 1 8 Kemudian Tabel 4.5 merupakan arah pengaruh loneliness terhadap celebrity worship yang dijelaskan dengan koefisien regresi linear sederhana. 1 8 Tabel 4. 1 8 4 Nilai Koefisien Uji Regresi Sederhana Tabel 4.4 memperlihatkan hasil nilai koefisien uji regresi linear sederhana yang bernilai -0,166. 1 8 68 Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negative signifikan dari variabel loneliness terhadap celebrity worship. Oleh 46 Model R^2 F p Celebrity Worship 0,017 6,631 0,01 Loneliness Model Unstandardized Loneliness (Intercept) 85,630 Celebrity Worship Total Loneliness -0,166 sebab itu, semakin tinggi loneliness maka celebrity worshipnya akan semakin rendah. 6 11 14 16 17 20 22 24 41 45 60 Begitupun sebaliknya, semakin rendah loneliness, maka akan semakin tinggi celebrity worship pada perempuan penggemar boy group K-pop. Dengan hasil ini, maka H_1 diterima pada penelitian ini, yakni terdapat pengaruh loneliness terhadap celebrity worship 4.5 Analisis Tambahan 4.5.1 Uji Regresi Loneliness Terhadap Dimensi Celebrity Worship Dimensi-dimensi celebrity worship dianalisis secara terpisah dalam uji

regresi linear berganda. Tabel 4.5 memperlihatkan hasil uji pengaruh loneliness terhadap dimensi celebrity worship. Hasil menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan pada dimensi entertainment social, yakni $R^2 = 0,086$, $p < 0,001$. Sedangkan tidak terdapat pengaruh signifikan loneliness terhadap dimensi intense personal dan borderline pathological. Tabel 4.5 Uji Regresi Loneliness Terhadap Dimensi Celebrity Worship

4.5.2 Uji Regresi Loneliness dan Usia Terhadap Celebrity Worship

Pengujian regresi berganda selanjutnya adalah untuk melihat pengaruh loneliness dan usia terhadap celebrity worship.

4.7 Model b R² F p Entertainment Social 39,060 0,086 36,327 <0,001 Intense Personal 39,288 0,004 1,645 0,200 Borderline Pathological 6,958 0,002 0,706 0,401

Tabel 4.6 merupakan hasil dari perhitungan regresi berganda yang memperlihatkan terdapat peningkatan dari $R^2 = 0,017$ menjadi $R^2 = 0,019$, $p < 0,001$. Namun, usia ($b = -1,397$, $p = 0,355$) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CW. Tabel 4.6 Uji Regresi Loneliness dan Usia Terhadap Celebrity Worship

4.8 Model B R² F p (Intercept) 86,380 <0,001 Usia -1,397 0,355

BAB V PENUTUP 5.1 Kesimpulan Penelitian dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh loneliness terhadap celebrity worship pada perempuan penggemar boy group K-pop.

35 Hasil dari penelitian menolak H₀ (hipotesis nol) yakni loneliness tidak berpengaruh terhadap celebrity worship pada perempuan penggemar boy group K-pop, dan menerima H₁ (hipotesis alternatif) yakni loneliness berpengaruh terhadap celebrity worship perempuan penggemar boy group K-pop. Melalui uji hipotesis yang peneliti lakukan ditemukan pengaruh sebesar 1,4% dengan signifikan tergolong ke arah negatif, yakni semakin rendah loneliness maka celebrity worshipnya semakin tinggi. Meskipun secara keseluruhan hasil penelitian menunjukkan loneliness berpengaruh terhadap celebrity worship, dua dari ketiga dimensi celebrity worship tidak dipengaruhi oleh loneliness.

3 Hasil yang peneliti dapatkan dimensi intense personal dan borderline pathological yang tidak dipengaruhi oleh loneliness, sedangkan dimensi entertainment social ditemukan dipengaruhi oleh loneliness, namun

dengan arah negatif. Adapun prediktor terhadap celebrity worship selain loneliness ikut dipertimbangkan pada penelitian ini, yakni usia perempuan penggemar boy group K-pop. Usia mengontribusikan pengaruh dengan arah yang negatif terhadap celebrity worship sebesar 1,9%. **1 13 33 58** 5.2 Diskusi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh loneliness terhadap celebrity worship pada perempuan penggemar boy group K-pop. Hasil didapatkan bahwa terdapat pengaruh signifikan negatif loneliness terhadap celebrity worship, yang artinya semakin rendah tingkat loneliness perempuan penggemar boy group k-pop maka semakin tinggi tingkat celebrity worship yang mereka lakukan. Kontras dengan hipotesis awal yang menduga adanya pengaruh positif signifikan, hasil penelitian ini mendapatkan adanya pengaruh negative signifikan pada kedua variabel tersebut. 49 Temuan dari penelitian ini berlawanan dengan beberapa studi sebelumnya yang menunjukkan hasil adanya pengaruh positif loneliness terhadap celebrity worship (Maltby et al., 2006; Krismana et al., 2023; Aufa et al., 2019). Penelitian-penelitian sebelumnya mendapatkan bahwa orang-orang yang merasa kesepian melakukan celebrity worship sebagai cara untuk menghadapi kurangnya interaksi sosial dalam hidup mereka. Hal ini dikarenakan celebrity worship tidak menuntut mereka secara sosial, dan bentuk interaksi yang dilakukan lebih mudah serta minim penolakan. Terdapat beberapa kemungkinan mengapa penelitian ini berpengaruh signifikan negatif. Perempuan penggemar k-pop dalam penelitian ini memiliki hubungan sosial yang lebih mendalam daripada pengganti emosional dalam bentuk celebrity worship. Hal ini selaras dengan hasil jawaban yang diberikan oleh responden, dimana sebanyak 81% subjek pada penelitian ini merasa mempunyai hubungan yang cukup erat dengan orang-orang di sekitarnya seperti orang tua, keluarga, dan teman. Adapun responden pada penelitian ini sebanyak 67% merasa mendapatkan dukungan dari sekitarnya. Hasil analisis statistik tambahan mendapatkan bahwa loneliness berpengaruh signifikan negatif terhadap dimensi entertainment social pada celebrity worship. **6 11**

13 17 18 22 38 45 71 Artinya, semakin rendah loneliness maka celebrity

worship yang dilakukan semakin tinggi. Peneliti melihat adanya kemungkinan dari hasil analisis statistic tersebut. Entertainment social merupakan dimensi terendah pada celebrity worship, dimana pada dimensi ini penggemar butuh untuk banyak berinteraksi dengan sesama penggemar. Seperti salah satu bunyi aitem pada dimensi ini, yakni “Saya dan teman-teman saya suka membicarakan tentang apa yang dilakukan oleh boy group k-pop favorit saya dan “Saya suka berbicara dengan orang lain yang mengagumi boy group k-pop favorit saya . Oleh sebab itu, dengan adanya interaksi antar penggemar dapat dikatakan loneliness atau kesepian yang mereka alami akan berkurang. Hal tersebut dikarenakan loneliness pada penelitian ini berfokus pada kuantitas dan kualitas jenis 50 hubungan individu dengan orang lain. Maka, dengan mencari hubungan sosial secara nyata lebih memenuhi kebutuhan mereka secara emosional. Melihat dari sudut pandang karakteristik perempuan, loneliness berpengaruh signifikan negative terhadap celebrity worship dapat disebabkan oleh perempuan yang mempunyai regulasi emosi yang baik. Kemampuan individu untuk mengatur emosi dengan baik dipengaruhi oleh loneliness, dimana seperti yang dipaparkan oleh (Nolen-Hoeksema & Aldao, 2011) dibandingkan laki-laki, perempuan mempunyai regulasi emosi yang baik dan kerap menggunakan beragam strategi regulasi emosi seperti penerimaan, reappraisal, dan dukungan sosial. Perempuan yang menyukai boy group K-pop dalam penelitian ini, memperoleh social support dari orang-orang yang berada di sekitar mereka. Maka dari itu dengan melakukan celebrity worship, tingkat loneliness mereka menurun. Kemudian juga dapat temuan bahwa usia berpengaruh tidak signifikan negative, yang artinya semakin dewasa perempuan penggemar boy group K-pop maka celebrity worshipnya akan semakin rendah. Hal tersebut selaras dengan penjelasan bahwa mengidolakan seorang selebriti identik dengan tahap perkembangan remaja. Pada masa remaja, individu sedang dihadapi krisis identitas (identity) versus identitas peran (identity confusion) yakni tahapan kelima dalam teori perkembangan Erickson (Feist & Feist, 2018). Pada tahap ini,

individu remaja sedang dalam masa mencari jati dirinya. Mereka mungkin akan mulai merasa bingung tentang diri mereka sendiri dan mencari tahu bagaimana mereka menyesuaikan diri dengan masyarakat (Cherry, 2023), sehingga saat pembentukan identitas diri ini, remaja lebih banyak dipengaruhi oleh tokoh idola atau role model yang mereka kagumi (Sebagaimana dikutip dalam Kusuma, 2022).

5.3 Saran

5.3.1 Saran Metodologi

Berikut merupakan beberapa rekomendasi yang peneliti berikan sebagai bahan yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya, yakni:

1. Penelitian ini mendapatkan hasil yang berbeda dari penelitian sebelumnya, yakni terdapat pengaruh dengan arah yang negative. Hal ini dikarenakan sebagian besar subjek tidak merasa kesepian dan mendapat dukungan dari orang-orang disekitar mereka. Diharapkan hal ini dapat menjadi pertimbangan penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel kontrol.
2. Dengan hasil penelitian yang kontras dengan hipotesis awal, peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih mendalam dalam mewawancarai subjek. Selain itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan pertanyaan pada kuesioner untuk memastikan seberapa sering subjek merasa kesepian, dan memberikan pertanyaan seberapa lama subjek sudah menggemari boygroup K-pop.
3. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi untuk berbagai penelitian di masa mendatang dengan judul pun tema serupa.

5.3.2 Saran Praktis

Berikut merupakan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh perempuan penggemar boy group K-pop, yakni:

1. Bagi perempuan penggemar boy group K-pop yang merasa kesepian dianjurkan untuk dapat lebih proaktif dalam menjalin hubungan sosial di dunia nyata, seperti dengan mengikuti komunitas atau aktivitas sosial yang sesuai dengan minat mereka, sehingga dapat mengurangi ketergantungan pada hubungan parasosial dengan selebriti.



REPORT #24638921

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	3.5% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9368/17/16.%20Bukti%20Lolos%20Plagiarism...	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	3.21% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7675/10/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
3.	2.04% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9209/16/16.%20Bukti%20Lolos%20Plagiarism...	●
INTERNET SOURCE		
4.	1.24% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/47011/1/DIAH%20R...	●
INTERNET SOURCE		
5.	1.09% ettheses.uin-malang.ac.id http://ettheses.uin-malang.ac.id/33430/7/17410088.pdf	●
INTERNET SOURCE		
6.	1.02% repository.uir.ac.id https://repository.uir.ac.id/9618/1/Nelvi%20Afrilia.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	1% ettheses.uin-malang.ac.id http://ettheses.uin-malang.ac.id/15427/1/15410190.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.99% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9368/11/11.%20BAB%20IV.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
9.	0.97% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6225/10/BAB%20III.pdf	● ●



REPORT #24638921

INTERNET SOURCE		
10. 0.88%	repository.unhas.ac.id http://repository.unhas.ac.id/6840/2/19_Q11114502%28FILEminimizer%29..ok%..	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.86%	repository.unissula.ac.id http://repository.unissula.ac.id/28880/1/Psikologi_30701800006_fullpdf.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
12. 0.77%	jurnal.wicida.ac.id https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/download/2462/908/9460	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.74%	repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/77976/1/ANNISYA%...	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.71%	repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/75588/1/NURHANIS...	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.66%	repository.unissula.ac.id http://repository.unissula.ac.id/33297/1/Psikologi_30701900172_fullpdf.pdf	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.66%	repository.unibos.ac.id https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/8552/2023%...	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.65%	repository.upi.edu http://repository.upi.edu/62181/6/S_PPB_1607901_Chapter5.pdf	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.65%	repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81840/1/YUNITA%2...	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.63%	journal.untar.ac.id https://journal.untar.ac.id/index.php/PSERINA/article/view/18525/10342	●
INTERNET SOURCE		
20. 0.62%	journal.untar.ac.id https://journal.untar.ac.id/index.php/jmishumosen/article/view/18717/13856	●



REPORT #24638921

INTERNET SOURCE		
21.	0.6% repository.uir.ac.id https://repository.uir.ac.id/8790/1/178110231.pdf	●
INTERNET SOURCE		
22.	0.55% repository.unibos.ac.id https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/1738/2019%...	●
INTERNET SOURCE		
23.	0.54% seminar.unmer.ac.id https://seminar.unmer.ac.id/index.php/sinopsi/sinopsi2/paper/downloadSuppF...	●
INTERNET SOURCE		
24.	0.54% digilib.uinsa.ac.id http://digilib.uinsa.ac.id/64172/3/Retno%20Edya%20Permatasari_J91219122.pdf	●
INTERNET SOURCE		
25.	0.53% repository.unibos.ac.id https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2932/2022%...	●
INTERNET SOURCE		
26.	0.53% repository.unibos.ac.id https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/3011/2022%...	●
INTERNET SOURCE		
27.	0.52% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6135/9/9.%20BAB%20II.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
28.	0.51% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4320/16/9.%20BAB%202.pdf	●
INTERNET SOURCE		
29.	0.5% digilib.ulm.ac.id https://digilib.ulm.ac.id/archive/digital/download.php?tkn=08db365590247da10..	●
INTERNET SOURCE		
30.	0.48% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3085/10/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
31.	0.47% journal3.um.ac.id https://journal3.um.ac.id/index.php/psi/article/download/1927/1474	●



REPORT #24638921

INTERNET SOURCE		
32. 0.46%	repository.unair.ac.id https://repository.unair.ac.id/73799/1/ABSTRAK_Psi.156%2018%20Dam%20p.pdf	●
INTERNET SOURCE		
33. 0.45%	www.researchgate.net https://www.researchgate.net/publication/351580872_Individual_Differences_in..	●
INTERNET SOURCE		
34. 0.44%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6032/12/11.%20BAB%204.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
35. 0.43%	lppm.tazkia.ac.id https://lppm.tazkia.ac.id/berita/tahapan-awal-melakukan-uji-hipotesis-sebagai...	●
INTERNET SOURCE		
36. 0.42%	repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/23308/1/LEFI%20EKA%20SANDIA_HUBUNGAN%..	●
INTERNET SOURCE		
37. 0.42%	repositori.uma.ac.id https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/18452/1/188600122%20-%20...	●
INTERNET SOURCE		
38. 0.38%	repository.ar-raniry.ac.id https://repository.ar-raniry.ac.id/23960/1/Nadia%20Bilqisthi%20Nasution%2C%..	●
INTERNET SOURCE		
39. 0.38%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9231/9/9.%20Bab%202.pdf	●
INTERNET SOURCE		
40. 0.37%	prosidingfrima.digitechuniversity.ac.id https://prosidingfrima.digitechuniversity.ac.id/index.php/prosidingfrima/article...	●
INTERNET SOURCE		
41. 0.36%	journal.pubmedia.id https://journal.pubmedia.id/index.php/pjp/article/download/2823/2852/5361	●
INTERNET SOURCE		
42. 0.36%	repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/79215/1/BITHALIAN...	●



REPORT #24638921

INTERNET SOURCE		
43.	0.36% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6180/11/11.%20BAB%20IV.pdf	●
INTERNET SOURCE		
44.	0.35% digilib.esaunggul.ac.id https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-17668-Daftar%20Isi.I...	●
INTERNET SOURCE		
45.	0.33% jurnal.untag-sby.ac.id https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jiwa/article/download/11622/6892/	●
INTERNET SOURCE		
46.	0.33% eprints.unm.ac.id https://eprints.unm.ac.id/7249/2/jurnal%20bahasa%20indonesia.pdf	●
INTERNET SOURCE		
47.	0.32% nusantarapedia.net https://nusantarapedia.net/melihat-sisi-terang-di-balik-celebrity-worship/	●
INTERNET SOURCE		
48.	0.3% pdfs.semanticscholar.org https://pdfs.semanticscholar.org/df84/2199ce860a76cd38521898adf37b2c68524...	●
INTERNET SOURCE		
49.	0.28% repository.bakrie.ac.id https://repository.bakrie.ac.id/4158/38/00%20cover.pdf	●
INTERNET SOURCE		
50.	0.26% pubmed.ncbi.nlm.nih.gov https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30221539/	●
INTERNET SOURCE		
51.	0.25% repository.unsri.ac.id http://repository.unsri.ac.id/159485/19/RAMA_73201_04041381823050_0013088...	●
INTERNET SOURCE		
52.	0.24% jurnal.wicida.ac.id https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/view/2459	●
INTERNET SOURCE		
53.	0.24% digilib.uinsa.ac.id http://digilib.uinsa.ac.id/337/6/Bab%203.pdf	●



REPORT #24638921

INTERNET SOURCE			
54.	0.24%	repository.unbari.ac.id	●
		http://repository.unbari.ac.id/637/1/Lasmaida%20Panggabean%2015008872300..	
INTERNET SOURCE			
55.	0.22%	repository.radenfatah.ac.id	●
		https://repository.radenfatah.ac.id/16577/3/bab%20III.pdf	
INTERNET SOURCE			
56.	0.22%	eprints.upj.ac.id	●
		https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4341/10/10.%20BAB%20III.pdf	
INTERNET SOURCE			
57.	0.21%	eprints.upj.ac.id	●
		https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3006/11/BAB%20IV.pdf	
INTERNET SOURCE			
58.	0.21%	digilib.uinsa.ac.id	●
		http://digilib.uinsa.ac.id/59916/2/Delvina%20Alifah%20Rahma_J71218037%20o...	
INTERNET SOURCE			
59.	0.2%	kc.umn.ac.id	●
		https://kc.umn.ac.id/id/eprint/35715/2/BAB_I.pdf	
INTERNET SOURCE			
60.	0.19%	digilib.esaunggul.ac.id	●
		https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-12158-JURNAL.Image..	
INTERNET SOURCE			
61.	0.18%	repo.uinsatu.ac.id	●
		http://repo.uinsatu.ac.id/6415/7/BAB%20IV.pdf	
INTERNET SOURCE			
62.	0.18%	eprints.upj.ac.id	●
		https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7675/9/BAB%20II.pdf	
INTERNET SOURCE			
63.	0.18%	eprints.upj.ac.id	●
		https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6032/11/10.%20BAB%203.pdf	
INTERNET SOURCE			
64.	0.16%	bmcpsychology.biomedcentral.com	●
		https://bmcpsychology.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40359-021-00679-3	



REPORT #24638921

INTERNET SOURCE		
65.	0.16% journals.unisba.ac.id https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRP/article/download/3753/1968/31733	●
INTERNET SOURCE		
66.	0.16% repository.iainkediri.ac.id https://repository.iainkediri.ac.id/928/1/Diskursus%20Covid-19%20dalam%20P...	●
INTERNET SOURCE		
67.	0.16% repository.unsri.ac.id http://repository.unsri.ac.id/130507/2/RAMA_73201_04041381823056_00151286...	●
INTERNET SOURCE		
68.	0.16% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/77906/1/NISWAH%2..	●
INTERNET SOURCE		
69.	0.15% repository.unj.ac.id http://repository.unj.ac.id/9989/5/BAB%202.pdf.pdf	●
INTERNET SOURCE		
70.	0.15% digilib.uns.ac.id https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/18312/NDM3NzM=/Hubungan-anta..	●
INTERNET SOURCE		
71.	0.13% ejournal.gunadarma.ac.id https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/pesat/article/download/1337/1191	●
INTERNET SOURCE		
72.	0.12% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2419/24/10.%20BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
73.	0.1% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4341/11/11.%20BAB%20IV.pdf	●
INTERNET SOURCE		
74.	0.07% jurnalistik.fikom.unpad.ac.id https://jurnalistik.fikom.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2022/05/PEDOMAN-P...	●
INTERNET SOURCE		
75.	0.06% peplau.psych.ucla.edu https://peplau.psych.ucla.edu/wp-content/uploads/sites/141/2017/07/Perlman-...	●



REPORT #24638921

● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.27%** [pubmed.ncbi.nlm.nih.gov](https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30221539/)
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30221539/>

INTERNET SOURCE

2. **0.24%** [peplau.psych.ucla.edu](https://peplau.psych.ucla.edu/wp-content/uploads/sites/141/2017/07/Perlman-...)
<https://peplau.psych.ucla.edu/wp-content/uploads/sites/141/2017/07/Perlman-...>

INTERNET SOURCE

3. **0.21%** [eprints.upj.ac.id](https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9231/9/9.%20Bab%202.pdf)
<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9231/9/9.%20Bab%202.pdf>

INTERNET SOURCE

4. **0.18%** [bmcpyschology.biomedcentral.com](https://bmcpyschology.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40359-021-00679-3)
<https://bmcpyschology.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40359-021-00679-3>

INTERNET SOURCE

5. **0.03%** [journal.pubmedia.id](https://journal.pubmedia.id/index.php/pjp/article/download/2823/2852/5361)
<https://journal.pubmedia.id/index.php/pjp/article/download/2823/2852/5361>