

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

4.1 Gambaran Subjek Penelitian

Responden penelitian ini adalah perempuan berusia 12 hingga 30 tahun yang merupakan anggota atau penggemar minimal satu fanbase girl group K-pop. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui platform Google Form, yang berlangsung dari Desember 2024 hingga Mei 2025. Dari total 421 responden yang mengisi kuesioner, terdapat 3 orang yang tidak memenuhi kriteria, diantaranya karena usia yang tidak memenuhi kriteria dan peneliti juga mengkaji *respon style*. Oleh karena itu, data yang dianalisis berasal dari 418 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian, yaitu perempuan penggemar K-pop usia 12–30 tahun. Selanjutnya, peneliti melakukan proses analisis data terhadap keseluruhan responden yang memenuhi syarat tersebut.

4.1.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Pada tabel 4.1 menunjukkan gambaran umum subjek penelitian berdasarkan beberapa karakteristik, yaitu usia, jenis kelamin, durasi menggemari K-Pop, dan motivasi mengubah penampilan. Berdasarkan kategori usia, responden penelitian terdiri dari dua kelompok, yaitu remaja (12–18 tahun) sebanyak 165 orang atau 40% dari total subjek, dan dewasa awal (19–30 tahun) sebanyak 253 orang atau 60%. Mayoritas subjek penelitian berada pada kelompok usia dewasa awal. Selanjutnya, berdasarkan jenis kelamin, seluruh subjek penelitian adalah perempuan dengan total 418 orang (100%).

Pada kategori durasi menggemari K-Pop, mayoritas subjek telah menjadi penggemar K-Pop sebanyak 199 orang (48%) telah menjadi penggemar K-Pop lebih dari tiga tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar subjek telah memiliki ketertarikan terhadap K-Pop dalam jangka waktu yang cukup lama. Terakhir, pada kategori motivasi mengubah penampilan, mayoritas subjek berada pada kategori cukup termotivasi, yaitu sebanyak 218 orang (52%). Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki dorongan positif dalam mengubah penampilan, meskipun terdapat sebagian yang tidak memiliki motivasi yang kuat.

Tabel 4. 1 Gambaran Umum Subjek Penelitian(n=418)

Variabel	n	%
Usia		
Remaja (12-18 tahun)	165	40%
Dewasa Awal (19-30 tahun)	253	60%
Durasi Menggemari K-Pop		
<1 tahun	40	10%
1-3 tahun	177	42%
>3 tahun	199	48%
Motivasi mengubah penampilan		
Cukup termotivasi	218	52%
Sangat termotivasi	94	22%
Tidak yakin	45	11%
Tidak termotivasi	12	3%
Sangat tidak termotivasi	49	12%

4.2. Analisis Hasil Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan ringkasan umum terkait *body image* dan *celebrity worship* partisipan dalam penelitian ini.

4.2.1. Gambaran Variabel *Body Image*

Gambaran deskriptif mengenai *body image* secara keseluruhan dan pada setiap dimensi ditampilkan melalui nilai mean dalam Tabel 4.2. Mean yang digunakan meliputi mean teoritik dan mean empirik. Mean teoritik diperoleh dari penjumlahan skor minimum dan maksimum yang dikalikan dengan total aitem pada skala pengukuran, kemudian dibagi dua. Skor minimum dalam skala ini adalah $1 \times 34 = 34$ dan skor maksimumnya adalah $5 \times 34 = 170$. Sehingga, *mean* teoritiknya adalah $(34+170) : 2 = 102$. Setiap dimensi dianalisis menggunakan metode perhitungan yang serupa, namun perbedaannya terletak pada jumlah aitem yang dimiliki oleh masing-masing dimensi.

Tabel 4. 2 Gambaran Variabel *Body Image*

<i>Body Image</i>	SD	\bar{x} Teoritik	\bar{x} Empirik	Min. Empirik	Maks. Empirik
<i>Appearance Evaluation</i>	5,8	21	21,5	9	33
<i>Appearance Orientation</i>	8,5	36	37,4	17	56
<i>Body Area Satisfaction</i>	9,5	27	27,4	9	45
<i>Overweight Preoccupation</i>	3,7	12	11,5	4	20
<i>Self-Classified Weight</i>	2,3	6	6,1	2	10
Total MBSRQ-AS	26,6	102	104,0	50	153

Tabel 4.2 menunjukkan nilai *mean* teoritik *body image* ($M = 102$) tidak berbeda jauh dengan *mean* empirik ($M = 104$). Karena selisih keduanya tidak melebihi nilai standar deviasi ($SD = 26,6$). Hal ini menunjukkan bahwa partisipan cenderung memiliki tingkat *body image* yang sedang. Hasil analisis *mean* pada tiap dimensi *body image* juga menunjukkan tidak ada perbedaan berarti antara *mean* empirik dan teoritis. Dengan kata lain, partisipan menunjukkan keterlibatan yang sedang dalam setiap dimensi *body image*.

4.2.2. Gambaran Variabel *Celebrity Worship*

Gambaran deskriptif mengenai *celebrity worship* secara keseluruhan dan pada setiap dimensi ditampilkan melalui nilai *mean* dalam Tabel 4.3. *Mean* yang digunakan meliputi *mean* teoritik dan *mean* empirik. *Mean* teoritik diperoleh dari penjumlahan skor minimum dan maksimum yang dikalikan dengan total aitem pada skala pengukuran, kemudian dibagi dua. Skor minimum dalam skala ini adalah $1 \times 22 = 22$ dan skor maksimumnya adalah $5 \times 22 = 110$. Sehingga, *mean* teoritiknya adalah $(22+110) : 2 = 66$. Proses perhitungan serupa diterapkan pada setiap dimensi *body image*, dengan perbedaan terletak pada jumlah aitem yang ada pada masing-masing dimensi.

Tabel 4. 3 Gambaran Variabel *Celebrity Worship*

<i>Celebrity Worship</i>	SD	\bar{x} Teoritik	\bar{x} Empirik	Min. Empirik	Maks. Empirik
<i>Entertainment-Social</i>	5,8	24	29,4	8	40
<i>Intense-Personal</i>	8,1	33	36,4	11	53
<i>Borderline-Pathological</i>	2,3	9	8,3	3	14
Total <i>Celebrity Worship</i>	14,1	66	74,2	22	103

Tabel 4.3 memperlihatkan nilai *mean* teoritik *celebrity worship* ($M = 66$) tidak jauh berbeda dari *mean* empirik ($M = 74$). Karena selisih keduanya tidak melebihi nilai standar deviasi ($SD = 26,6$). Hal ini menunjukkan bahwa partisipan cenderung memiliki

tingkat *celebrity worship* yang sedang. Sama halnya dengan setiap dimensi pada *celebrity worship* menunjukkan selisih *mean* empirik dan *mean* teoritik tidak melebihi nilai standar deviasi pada setiap dimensi. Artinya partisipan dalam setiap dimensi *celebrity worship* berada pada tingkat sedang.

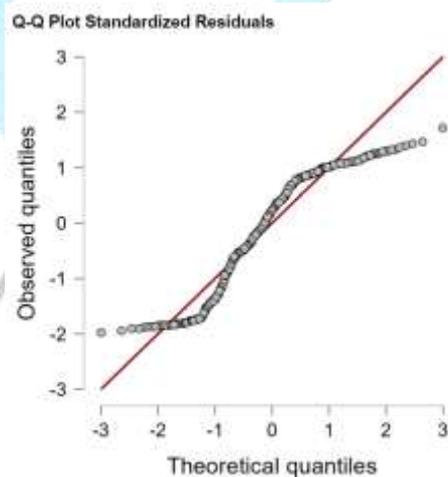
4.3 Uji Asumsi

Analisis dilakukan dengan terlebih dahulu pengujian asumsi, salah satunya adalah uji normalitas. Jika hasil uji menunjukkan bahwa asumsi terpenuhi, maka analisis dapat dilanjutkan dengan uji regresi linear sederhana (Goss-Sampson, 2024). Namun, apabila asumsi tidak terpenuhi, maka dapat menggunakan uji regresi logistik.

4.3.1. Uji Normalitas

Menggunakan metode Shapiro-Wilk guna menilai apakah data mengikuti distribusi normal. Mengacu pada (Goss-Sampson, 2024) data terdistribusi normal apabila nilai p-value lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil uji Shapiro-Wilk, variabel body image memperoleh nilai sebesar 0,934 dengan $p < 0,001$. Temuan ini mengindikasikan bahwa distribusi data pada variabel body image tidak normal, sehingga tidak memenuhi asumsi yang diperlukan untuk penerapan analisis regresi linier sederhana.

4.3.2. Uji Linearitas



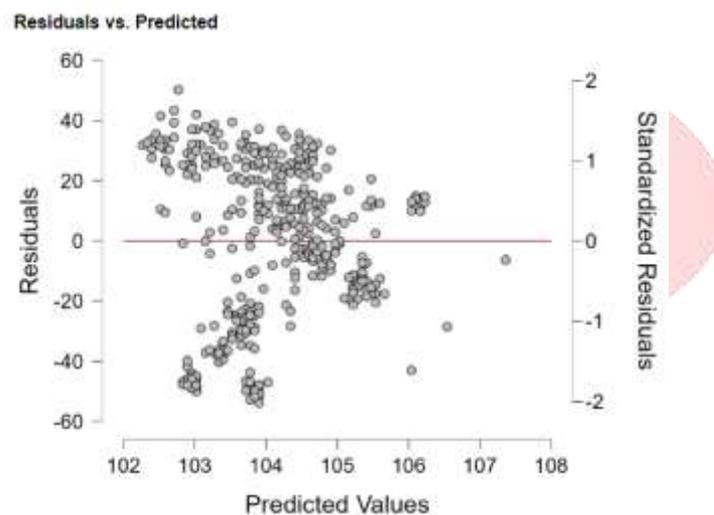
Gambar 4. 1 Uji Linearitas

Q-Q Plots digunakan digunakan sebagai salah satu metode untuk menguji linearitas. Menurut Goss-Sampson, (2024). linearitas dapat dikatakan terpenuhi apabila

titik-titik data berada dekat dengan garis diagonal. Hasil pengujian linearitas antara variabel *body image* dan *celebrity worship* yang ditampilkan pada Gambar 4.1 menunjukkan bahwa pola sebaran titik membentuk lengkungan dan menyimpang dari garis merah. Temuan ini mengisyaratkan bahwa keterkaitan antar kedua variabel tidak menunjukkan pola linear secara keseluruhan, sehingga terdapat permasalahan dalam asumsi linearitas data.

4.3.3. Uji Homoscedasticity

Uji homoscedasticity pada gambar *Scatter Plots* pada gambar 4.2 menunjukkan bahwa data tidak setara atau tidak memenuhi asumsi homoskedastisitas, hal ini terlihat dari titik-titik residual yang tidak menyebar secara acak di sekitar garis nol, melainkan membentuk pola tertentu.



Gambar 4. 2 Uji Asumsi Homoskedastisitas

4.4 Uji Hipotesis

Peneliti menggunakan uji regresi logistik dalam pengujian hipotesis karena data pada variabel dependen tidak memenuhi asumsi normalitas. Kondisi ini membuat uji regresi linear tidak dapat digunakan secara tepat (Goss-Sampson, 2024).

4.4.1 Uji Regresi Logistik Analisis Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Body Image

Uji regresi logistik dilakukan karena data tidak memenuhi asumsi normalitas. Oleh karena itu, penelitian ini bersifat kategorikal untuk penelitian ini dibagi menjadi 2

kelompok berdasarkan *mean* empirik dari *body image*. Pada kelompok tinggi ini dengan skor (>104) dan untuk skor rendah yaitu (<104). Hasil analisis regresi logistik dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Regresi Logistik Celebrity Worship terhadap Body Image

	Odds Ratio	ΔX^2	df	p	Nagelkerke R ²	Sensitivity	Specificity
H1	1,032	111,368	415	<0,001	0,313	0,814	0,658

Hasil uji regresi logistik pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa *celebrity worship* memiliki pengaruh signifikan terhadap *body image* yaitu $\chi^2(415) = 111,368, p < 0,001$, uji regresi ini memiliki nilai *Nagelkerke R² = 0,313* yang menunjukkan besar pengaruh sebesar 31,3%. Nilai ini termasuk dalam kategori tinggi, sesuai dengan penjelasan Gravetter dan Forzano, (2021) yang menyatakan bahwa jika pengaruhnya lebih dari 25% berarti tergolong tinggi. Berdasarkan hasil uji regresi logistik, hipotesis null (H₀) ditolak. Artinya, terdapat pengaruh *celebrity worship* terhadap *body image* pada penggemar perempuan girl group K-pop. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *celebrity worship* seseorang, memberikan pengaruh dalam meningkatkan *body image* pada Perempuan penggemar *girl group* Kpop.

Model ini memiliki kemampuan klasifikasi dengan sensitivitas sebesar 81,4% memprediksi partisipan memiliki *body image* positif, serta skor *specificity* sebesar 0,658 memprediksi partisipan memiliki *body image* negatif. *Odds ratio* digunakan untuk melihat arah antar variabel, apakah pengaruhnya positif atau negatif. Selain itu, *odds ratio* juga berperan sebagai indikator untuk menilai seberapa besar peningkatan skor yang mencerminkan kekuatan pengaruh suatu variable (Goss-Sampson, 2024). Uji regresi logistik menghasilkan nilai *odds ratio* sebesar 1,032, yang menunjukkan terdapat pengaruh positif antara kedua variabel yang diteliti. Selain itu, skor *odds ratio* yang diperoleh adalah 1,032, yang berarti bahwa setiap penambahan 1 skor pada variabel *body image* adanya kecenderungan *celebrity worship* perempuan penggemar K-Pop yang tinggi sebesar 1,032 kali.

4.4.2 Analisis Pengaruh *Celebrity Worship* Terhadap *Body Image* dengan Moderasi Usia Pada Perempuan *Girl Group* K-pop

Uji regresi logistik dalam penelitian ini dilakukan dengan memasukkan variabel moderator, yaitu usia. Peneliti membagi usia ke dalam dua kelompok, yaitu dewasa awal (1) dan remaja (0), sehingga dapat melihat moderasi usia pada *pengaruh celebrity worship* terhadap *body image*. Pada perhitungan uji regresi hipotesis dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Uji Regresi Logistik Moderasi Usia

	Odds-Ratio	ΔX^2	df	Sensitivity	Nagelkerke R^2	Specificity	p
H2		113,344	414	0,814	0,318	0,652	0,0032
(Intercept)	1,235						< 0,001
<i>Celebrity Worship</i>	1,047						<0,001
Usia ^a	75,337						0,003
<i>Celebrity Worship</i> * Usia ^a	0,975						0,166

Keterangan: ^a =Remaja(0), Dewasa awal(1)

Hasil uji regresi logistik pada tabel 4.5 untuk melihat pengaruh *celebrity worship* terhadap *body image* dengan moderasi usia pada perempuan penggemar *girl group* K-pop Nilai $\chi^2(414) = 113,344$, $p = 0,0032$ menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai Nagelkerke $R^2 = 0,318$ menunjukkan pengaruh sebesar 31,8%, Model juga memiliki kemampuan klasifikasi yang cukup baik, dengan nilai *sensitivity* sebesar 81,4% dan *specificity* sebesar 65,2%. Berdasarkan hasil uji regresi logistik, hipotesis null (H_0) diterima. Artinya, pengaruh *celebrity worship* terhadap *body image* pada penggemar perempuan *girl group* K-pop tidak dimoderasi usia. Hal ini menunjukkan bahwa pada usia remaja maupun dewasa, pengaruh *celebrity worship* terhadap *body image* tetap sama atau searah. Dengan kata lain, usia tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh *celebrity worship* terhadap *body image*.

Nilai *odds ratio* pada variabel *celebrity worship* adalah 1,047 yang menunjukkan adanya pengaruh positif antara kedua variabel yang diteliti. Selain itu, skor *odds ratio* yang diperoleh adalah 1,047, Artinya, setiap peningkatan skor *celebrity worship* berhubungan dengan peningkatan kemungkinan individu memiliki *body image* yang tinggi sebesar 1,047 kali. Nilai $p < 0,001$ yang berarti signifikan. Artinya *celebrity worship*

memiliki pengaruh terhadap *body image*. Interaksi antara *celebrity worship* dan usia (*celebrity worship* * usia) memiliki nilai *odds ratio* sebesar 0,975 dengan $p = 0,166$, yang berarti interaksi tersebut tidak signifikan. Peran moderasi usia dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh antara *celebrity worship* dan *body image* tidak signifikan.

4.5 Analisis Tambahan

Peneliti melakukan analisis data lebih lanjut dengan memeriksa setiap dimensi variabel *celebrity worship* secara terpisah pada usia terhadap variabel *body image*.

4.5.1 Uji Regresi Logistik *Celebrity Worship* dan setiap dimensi *Celebrity Worship* terhadap *Body Image*

Pada Tabel 4.6 adalah hasil analisis tambahan uji regresi logistik dari setiap dimensi *celebrity worship* terhadap *body image*. Hasil uji regresi logistik dari setiap dimensi *celebrity worship* menunjukkan hasil yang signifikan yaitu $\chi^2(414) = 90,075$, $p < 0,001$, $R^2 = 0,259$ atau sebesar 25,9%. Setiap dimensi pada *celebrity worship* memiliki pengaruh yang signifikan.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Logistik *Celebrity Worship* dan setiap dimensi *Celebrity Worship* terhadap *Body Image*

	Odds-Ratio	ΔX^2	df	Nagelkerke R ²	P
H1		90,075	414	0,259	<0,001
<i>Entertainment-social</i>	1,117				<0,001
<i>Intense-personal</i>	0,885				<0,001
<i>Borderline-pathological</i>	1,577				<0,001

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel memiliki pengaruh apabila nilai $p < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa dimensi *entertainment-social* dan *borderline-pathological* memiliki pengaruh terhadap *body image* secara signifikan. Namun, dimensi *intense-personal* justru menunjukkan nilai odds-ratio di bawah 1, yaitu 0,885, yang mengindikasikan adanya kemungkinan penurunan *body image* seiring meningkatnya *intense-personal*.

4.5.2 Uji Regresi Logistik *Celebrity Worship* dan usia pada setiap dimensi *Celebrity Worship* terhadap *Body Image*

Pada tabel 4.7 menunjukkan hasil analisis regresi terhadap dimensi *celebrity worship* yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological* serta usia terhadap *body image*. Hasil menunjukkan bahwa perhitungan statistik regresi logistik ini memperoleh hasil yang signifikan yaitu $\chi^2(410) = 185,120$, $p < 0,001$ dan $R^2 = 0,479$ atau sebesar 47,9%. Apabila dibandingkan dengan tabel 4.7 dan tabel 4.8 memiliki selisih pada nilai koefisien Nagelkerke R^2 , yang dimana memiliki kenaikan sebesar 22,0%.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Logistik *Celebrity Worship* dan usia pada setiap dimensi *Celebrity Worship* terhadap *Body Image*

	Odds-Ratio	ΔX^2	df	Nagelkerke R^2	P
H1		185,120	410	0,479	<0,001
<i>Entertainment-social</i>	1,077				0,264
<i>Intense-personal</i>	0,910				0,128
<i>Borderline-pathological</i>	2,504				<0,001
Usia ^a	1,648				<0,001
<i>Entertainment-social</i> *Usia ^a	0,951				0,513
<i>Intense-personal</i> *Usia ^a	1,117				0,127
<i>Borderline-pathological</i> *Usia ^a	0,410				<0,001

Keterangan: ^a =Remaja(0), Dewasa awal(1)

Pada hasil uji regresi logistik menunjukan bahwa setiap dimensi *celebrity worship* yang dimoderasikan dengan usia memiliki nilai yang berbeda pada setiap dimensi. Pada dimensi *entertainment-social* dan *intense-personal* menunjukkan hasil yang tidak signifikan atau tidak memiliki pengaruh terhadap *body image*. Sedangkan pada dimensi *borderline-pathological* menunjukkan hasil yang signifikan terhadap *body image*.

4.5.3 Uji Regresi Logistik *Celebrity Worship*, Usia, lama menggemari K-pop, Motivasi untuk Mengubah Penampilan terhadap *Body Image*

Pada Tabel 4.8 adalah hasil analisis tambahan uji regresi logistik dari *celebrity worship*, usia, lama menggemari K-pop, motivasi untuk mengubah penampilan terhadap *body image* yang menunjukkan hasil yang signifikan, yaitu $\chi^2(408) = 137,256$ $p < 0,001$, dan $R^2 = 0,376$ atau sebesar 37,6%. Maka dapat dikatakan bahwa model ini memiliki kontribusi sebesar 37,6% dalam menjelaskan variasi *body image*, yang tergolong tinggi sesuai dengan penjelasan Gravetter dan Forzano, (2021), bahwa apabila pengaruh lebih dari 25% maka tergolong tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel dianggap

memiliki pengaruh apabila nilai $p < 0,05$. Dari hasil tersebut, diketahui bahwa variabel *celebrity worship*, usia, motivasi untuk mengubah penampilan memiliki pengaruh signifikan terhadap *body image*. Usia menunjukkan *odds-ratio* sebesar 353,064 ($p = 0,003$) yang menandakan pengaruh yang sangat besar terhadap *body image*.

Sementara itu, interaksi antara *celebrity worship* dan usia (sebagai moderator) menunjukkan *odds-ratio* sebesar 0,974 dengan nilai $p = 0,144$, yang artinya tidak signifikan. Diketahui bahwa usia tidak memoderasi pengaruh *celebrity worship* terhadap *body image*.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Logistik *Celebrity Worship*, Usia, lama menggemari K-pop, Motivasi untuk Mengubah Penampilan terhadap *Body Image*

	<i>Odds-Ratio</i>	ΔX^2	<i>df</i>	<i>Sensitivity</i>	<i>Nagelkerke R²</i>	<i>Specificity</i>	<i>p</i>
H1		160,096	409	0,857	0,428	0,704	<0,001
(Intercept)	0,003						<0,001
<i>Celebrity Worship</i>	1,047						<0,001
Usia	353,064						0,003
Lama menggemari K-pop ^a	0,520						0,280
Motivasi untuk mengubah penampilan ^a	6,766						0,001
<i>Celebrity Worship</i> * Usia	0,974						0,144
Lama menggemari K-pop*Usia	0,520						0,071
Motivasi untuk mengubah penampilan*Usia	0,321						0,497

Keterangan: ^a =<1 tahun (0), >1 tahun(1)

^a = Tidak termotivasi sama sekali (0), sangat termotivasi (1)