



10.67%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 18 JUL 2025, 7:55 AM

Similarity report

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

IDENTICAL 0.09% **CHANGED TEXT** 10.57% **QUOTES** 0.4%

Report #27544589

18 49 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Masalah K-pop telah menjadi fenomena budaya populer Korea yang mendunia. Perpaduan antara musik khas Korea dan visual yang memikat menghasilkan kombinasi yang sangat menarik bagi banyak orang . K-pop telah menyebar ke berbagai negara, termasuk Indonesia, dan berhasil memikat hati ribuan penggemar. Di media sosial Twitter, Indonesia menempati posisi teratas sebagai negara dengan aktivitas tertinggi dalam membahas K-pop. . Adanya perkembangan teknologi inilah yang dapat menyebabkan K-Pop semakin berkembang. Idola K-Pop kini tidak hanya dikenal melalui musik saja, melainkan juga dikenal karena gaya hidup hingga fisik mereka yang sempurna. Meskipun preferensi individu terhadap musik dapat berbeda-beda, popularitas K-pop menunjukkan tren yang terus meningkat secara global. Indikasi dari fenomena ini terlihat melalui semakin banyaknya tur dunia yang diselenggarakan oleh idol asal Korea Selatan. Selain itu, berbagai lagu K-pop juga berhasil menduduki peringkat teratas dalam tangga lagu internasional, meskipun mayoritas liriknya menggunakan bahasa Korea . Secara global, Indonesia termasuk dalam jajaran negara dengan basis pendengar K-Pop terbesar, menempati posisi ketiga dengan total 7,4 miliar streaming. Angka ini hanya berada di bawah Jepang (9,7 miliar) dan Amerika Serikat (9,2 miliar), sementara Korea Selatan sendiri justru berada di peringkat

keempat dengan 7,3 miliar streaming . Banyaknya jumlah streaming ini menunjukkan bahwa K-Pop (Pandeinuwu et al., 2022) (Alifah, 2022) (Hastutik, 2022) (Prasatsiwi, 2024) memiliki basis penggemar yang sangat besar di Indonesia. Dengan aktivitas streaming yang tinggi, Indonesia membuktikan diri sebagai salah satu negara dengan komunitas penggemar K- Pop yang paling aktif di dunia. Aktivitas ini mencerminkan betapa besarnya antusiasme penggemar Indonesia terhadap budaya K- pop, yang semakin mendalam dengan setiap aspek dari dunia K- pop yang mereka nikmati. Karakteristik demografis dari penggemar K-Pop di Indonesia adalah mayoritas remaja dan dewasa awal.

6 18 24 34

Menurut survei IDN Times, 9,3% penggemar berusia antara 10-15 tahun, 38,1% berusia antara 15-20 tahun, dan 40,7% berusia antara 20-25 tahun.

Penggemar yang berusia di atas 25 tahun hanya 11,9% dari total penggemar.

55 Selain itu, penggemar K-Pop di Indonesia sebagian besar adalah perempuan.

Sebanyak 92,1% penggemar K-Pop Indonesia adalah perempuan . Data ini menunjukkan tingkat ketertarikan dan keterlibatan dalam K-Pop yang ada di kalangan anak muda Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh, alasan utama penggemar menyukai K-pop adalah karena kualitas musiknya, yang menjadi preferensi utama bagi 31,8% responden. Selain itu, banyak penggemar yang menyukai K-pop karena idola K-pop mewakili tren kecantikan dan fashion, dengan persentase sebesar 15,3%. Pada urutan ketiga, aspek visual dari para idol, yang mencakup penampilan fisik, gaya berpakaian, serta performa panggung, menarik minat 13,7% penggemar . Selain itu juga konsep grup K-Pop yang sering kali menampilkan estetika yang menarik bagi audiens perempuan. Tidak hanya itu, industri K-Pop juga banyak menghadirkan konten yang berkaitan dengan preferensi perempuan, mulai dari fashion, drama, hingga variety show yang menampilkan idol dalam berbagai sisi kehidupan 2 (Tanjung dan Aritonang, 2023) (Gandhawangi, 2024) mereka. Semua faktor ini menjadikan K-Pop lebih populer di kalangan perempuan dibandingkan laki-laki di Indonesia. Fenomena ini menepis

stereotip bahwa girl group K-pop hanya diminati oleh laki-laki dan menguatkan posisi perempuan sebagai pasar utama dalam industri K-pop . Selama ini, banyak yang beranggapan bahwa penggemar K- Pop di Indonesia lebih didominasi oleh boy group . Namun, kenyataannya, girl group juga memiliki basis penggemar yang sangat besar dan loyal. Hal ini terbukti dari terlihat dalam survei yang dilakukan oleh memperlihatkan bahwa persentase penggemar perempuan terhadap girl group K-pop tergolong tinggi, yaitu STAYC 74,6% penggemar perempuan sedangkan penggemar laki-laki sebanyak 23,1%, pada grup AESPA penggemar Perempuan sebanyak 71,5% dan penggemar laki-laki sebanyak 28,5%. Pada RED VELVET memiliki penggemar Perempuan sebanyak 66,6% dan penggemar laki-laki sebanyak 33,4%. Blackpink memiliki penggemar Perempuan sebanyak 58,9% dan penggemar laki-laki sebanyak 41,1%, dari data ini menunjukkan bahwa penggemar Perempuan tidak hanya menggemari boy group tetapi banyak juga yang menggemari girl group K-pop. Ketertarikan perempuan terhadap K-pop salah satunya didorong oleh visual atau penampilan para idol yang dianggap menarik. Hal ini menempati posisi ketiga dalam daftar alasan terbanyak dengan persentase 13,7% . Istilah " the visual " dalam dunia K-pop mengacu pada daya tarik fisik atau penampilan luar seorang idol, termasuk wajah yang dianggap sesuai standar kecantikan, gaya berbusana, dan presentasi diri secara keseluruhan. Penampilan para idola Korea yang terlihat nyaris sempurna menjadi daya tarik tersendiri. Girl 3 (Ci, 2022) (Ci, 2022) (Gandhawangi, 2024) group K-pop sering kali menjadi representasi ideal dari standar kecantikan yang diidamkan oleh banyak perempuan. Produk- produk yang digunakan oleh para idola tersebut juga memiliki daya tarik tersendiri dan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap para penggemar K-pop . Pengaruh ini terlihat jelas dalam perubahan gaya berpakaian remaja yang meniru fashion idol K-Pop. Fashion yang digemari mencakup berbagai aspek seperti model rambut, riasan wajah, pilihan pakaian,

hingga aksesoris yang dikenakan oleh idola mereka, yang semuanya menjadi elemen daya tarik tersendiri bagi para penggemar. Tidak hanya berdampak pada selera musik, namun fashion juga menarik penggemar K-pop. Tidak sedikit dari mereka yang terinspirasi untuk berpakaian ala Kpop dari para idolanya. Fenomena penggemar K-pop yang mengadaptasi gaya berpakaian idolanya mencerminkan bagaimana budaya populer dapat memengaruhi preferensi fashion dan identitas diri individu. Selain gaya berpakaian, pola makan dan diet yang dijalani oleh idola K-pop juga sering menjadi perhatian penggemar. Salah satu contoh yang populer adalah diet yang dilakukan oleh IU. Diet IU dikenal dengan pola makan yang sangat ketat, terdiri dari sebuah apel pada pagi hari, satu ubi untuk siang, serta minuman protein pada makan malam. Banyak penggemar yang mencoba mengikuti metode ini dengan harapan mendapatkan bentuk tubuh ideal seperti idolanya. Salah satu penggemar K-pop yang mengikuti diet ini adalah Sisca Kohl dalam video YouTube-nya, ia mencoba menerapkan pola diet ala IU dan berhasil mengalami penurunan berat badan sebesar 3 kilogram dalam kurun waktu tiga hari. Motivasi Sisca Kohl untuk mencoba diet ini dilatarbelakangi oleh perasaan bahwa berat badannya sudah 4 (Mellicia dan Utami, 2022) (Putri, 2020) melebihi batas ideal, yang merupakan salah satu dimensi dalam body image. Overweight preoccupation menggambarkan kekhawatiran berlebihan terhadap kelebihan berat badan, yang seringkali mempengaruhi persepsi dan perilaku seseorang terkait tubuhnya. Dalam konteks ini, penggemar K-pop yang mencoba diet ekstrem idolanya mungkin dipengaruhi oleh kecemasan mengenai berat badan dan keinginan untuk mencapai standar tubuh ideal yang mereka lihat pada idol K-pop. Fenomena ini menunjukkan bagaimana idola K-pop tidak hanya memengaruhi preferensi fashion, tetapi juga dapat berdampak pada pola makan dan body image penggemar. Selain mengikuti gaya berpakaian dan pola makan, sebagian penggemar K-pop juga meniru rutinitas olahraga idolanya

sebagai bentuk usaha untuk mendapatkan penampilan fisik yang dianggap ideal. Salah satu contoh yang cukup viral adalah Kazuha, anggota girl group LE SSERAFIM, yang dikenal memiliki tubuh proporsional dan latar belakang sebagai atlet balet. Dalam beberapa kesempatan, Kazuha membagikan jenis latihan fisik yang biasa ia lakukan, seperti jumping jacks, burpees, jump squats, dan plank. Latihan-latihan tersebut mulai menyebar secara masif melalui platform media sosial dan dijadikan inspirasi oleh para penggemar, terutama perempuan, untuk mengikuti workout serupa. Fenomena ini menunjukkan bahwa idola K-pop tidak hanya memengaruhi penggemar dalam hal gaya berpakaian atau kecantikan visual, tetapi juga mulai merambah ke ranah perilaku kebugaran fisik. Banyak penggemar yang merasa termotivasi untuk meniru workout rutin seperti yang dilakukan Kazuha dengan harapan mendapatkan bentuk tubuh serupa. Hal ini menjadi salah satu bentuk nyata dari pengaruh celebrity worship terhadap appearance orientation dalam body image (Sari, 2024), yaitu bagaimana individu semakin terdorong untuk memperhatikan, merawat, dan meningkatkan penampilannya. Fenomena ini memperkuat bahwa celebrity worship dalam konteks penggemar girl group K-pop tidak hanya memengaruhi aspek emosional dan gaya hidup, tetapi juga berpengaruh langsung pada persepsi tubuh atau body image. mendefinisikan body image sebagai fenomena yang bersifat multidimensional, yang mencakup persepsi, pikiran, perasaan, serta sikap individu terhadap tubuhnya sendiri. Konsep ini tidak dapat dijelaskan secara sederhana sebagai gambaran tubuh dalam pikiran saja, melainkan mencakup berbagai aspek psikologis dan sosial yang membentuk bagaimana seseorang menilai dan merasakan tubuhnya. Dalam konteks ini, fenomena penggemar K-pop yang meniru pola diet ekstrem idolanya, seperti diet IU, menjadi contoh nyata dari kompleksitas body image. Hal ini mengindikasikan bahwa pembentukan persepsi dan sikap terhadap tubuh dipengaruhi tidak hanya oleh pengalaman personal, tetapi juga oleh aspek sosial seperti keberadaan media dan figur



publik. Ketika seseorang menilai bahwa tubuhnya tidak mencerminkan gambaran ideal yang diperlihatkan oleh figur idolanya, maka muncullah keinginan untuk mengubah bentuk tubuh melalui cara tertentu, termasuk dengan melakukan diet ekstrem. Hal ini memperlihatkan bahwa body image berperan penting dalam mendorong perilaku yang berkaitan dengan tubuh, dan bagaimana persepsi serta tekanan sosial dapat membentuk cara individu memperlakukan dirinya sendiri. 1 2 4 7 Menurut Cash dan Pruzinsky (2002), body image terdiri dari lima dimensi, yaitu evaluasi terhadap penampilan fisik 6 Cash dan Pruzinsky (2002) (Cash dan Pruzinsky, 2002) (appearance evaluation), tingkat perhatian individu terhadap penampilannya (appearance orientation), tingkat kepuasan terhadap bagian tubuh tertentu (body area satisfaction), kekhawatiran terhadap kelebihan berat badan (overweight preoccupation), serta persepsi individu mengenai berat badannya sendiri (self-classified weight). Dimensi pertama, appearance evaluation , mengacu pada bagaimana seseorang menilai penampilan tubuhnya secara keseluruhan, apakah merasa puas atau tidak dengan tampilan fisiknya. Dimensi kedua, appearance orientation menggambarkan sejauh mana individu memberikan perhatian dan investasi terhadap penampilannya, termasuk usaha yang dilakukan untuk mempertahankan penampilan fisik mereka. Body area satisfaction sebagai dimensi ketiga merujuk pada tingkat kepuasan individu terhadap bagian tubuh tertentu yang dinilai secara terpisah seperti wajah, perut, atau kaki, yang sering kali menjadi perhatian utama dalam persepsi citra tubuh. Dimensi keempat, overweight preoccupation , berkaitan dengan kecemasan seseorang terhadap kemungkinan bertambahnya berat badan, hal tersebut dapat memicu pola pikir yang obsesif terkait pengendalian berat badan dan kebiasaan makan. Terakhir, self-classified weight menggambarkan bagaimana individu mengelompokkan tubuhnya dalam kategori tertentu, seperti kurus, ideal, atau gemuk, berdasarkan persepsi subjektifnya. 25 Kombinasi dari kelima dimensi ini membentuk cara seseorang memandang dan merasakan tubuhnya, yang dapat memengaruhi kesejahteraan

psikologis dan perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi seseorang terhadap body image kerap dipengaruhi oleh respons sosial yang mereka terima terkait bentuk tubuhnya. Kecemasan dapat timbul ketika individu merasa bahwa perkembangan fisik mereka tidak selaras dengan standar kecantikan yang diterima secara budaya. Dalam konteks ini, peran selebriti menjadi semakin signifikan karena mereka sering dianggap sebagai representasi ideal dari standar tersebut. Ketika seseorang mulai mengidolakan figur publik secara berlebihan atau mengalami celebrity worship, maka pandangan terhadap tubuh ideal bisa semakin dipersempit oleh penampilan sang idola, sehingga meningkatkan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan standar fisik yang mereka tampilkan. Fenomena ini dapat dipahami melalui konsep celebrity worship, yang menjelaskan bagaimana penggemar K-pop terhubung dengan idolanya dalam berbagai tingkatan. Menurut fenomena celebrity worship mengacu pada keterobsesian individu terhadap selebriti, yang dianggap menyimpang dari respons normal. **39** Dimensi celebrity worship meliputi entertainment-social, intense-personal, dan borderline pathological (Maltby et al., 2003). **43** Dimensi celebrity worship yang pertama, yaitu entertainment-social, merupakan dimensi terendah celebrity worship. Pada level ini, individu senang berdiskusi tentang kehidupan sehari-hari idolanya dengan individu lain. Dimensi kedua adalah intense-personal. Pada level ini, individu merasakan koneksi atau perasaan personal terhadap idolanya. Dimensi ketiga atau level tertinggi adalah borderline-pathological. Pada level ini, individu akan melakukan apa saja untuk idolanya. Peneliti melakukan wawancara dengan empat penggemar K-pop untuk menggali secara lebih mendalam fenomena yang menjadi fokus penelitian. Subjek pertama, SM (22), masih menikmati konten dari idol K-pop dan sering membicarakannya dengan teman-temannya (Munawwarah dan Suryaningrum, 2024) (Maltby et al., 2003) (Maltby et al., 2003). dengan teman-teman. Namun, ia tidak merasa terhubung secara emosional dengan mereka. Meskipun menyadari standar kecantikan yang ditampilkan oleh

idol, SM tidak merasa terdorong untuk menyesuaikan dirinya dengan standar tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat celebrity worship pada SM berada di tingkat entertainment-social, dan tidak memengaruhi secara signifikan persepsi terhadap body image. Subjek kedua, FAR (14), sering merasa tidak puas dengan penampilannya karena terus membandingkan dirinya dengan Lisa BLACKPINK yang memiliki tubuh langsing dan proporsional. Ia juga mulai mengembangkan kekhawatiran berlebih terhadap berat badan (overweight preoccupation) dan merasa perlu mengurangi porsi makan. Tingkat celebrity worship FAR dapat dikategorikan sebagai intense-personal, di mana keterikatan emosional terhadap idola memengaruhi cara ia menilai tubuhnya sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa pada usia remaja, pengaruh celebrity worship terhadap body image dapat sangat kuat dan berpotensi merugikan secara psikologis. Subjek ketiga, NS (22), menunjukkan tingkat ketertarikan tinggi terhadap idolanya. Ia tidak hanya menikmati musik dan konten mereka, tetapi juga menghadiri konser dan mengoleksi merchandise. Ia terinspirasi dari cara berpakaian idol dan mengadaptasi gaya mereka sebagai bentuk ekspresi diri, bukan karena ingin terlihat identik. Celebrity worship NS berada di tingkat intense-personal, namun tidak terlalu berdampak negatif terhadap body image, melainkan mendorong appearance orientation yang bersifat positif dan adaptif. Pada subjek selanjutnya yaitu S(16) mengalami appearance evaluation yang cenderung negatif, rasa tidak puas terhadap tubuh muncul karena ia kerap membandingkan penampilannya dengan sosok 9 idola yang dikaguminya. Selain itu, ia juga menunjukkan overweight preoccupation, dengan mulai membatasi makan agar lebih mendekati standar tubuh idolanya. S merasa tekanan ini semakin kuat karena lingkungan sekitarnya juga memiliki standar kecantikan yang sama dengan yang ia lihat di dunia K-pop. Sebagai remaja yang masih dalam tahap pencarian identitas, pengaruh celebrity worship terhadap body image cukup besar, membuatnya lebih

mudah terpengaruh oleh standar kecantikan yang tidak realistis. Hasil ini sejalan dengan penelitian kuantitatif terdahulu yang mengindikasikan bahwa remaja perempuan penggemar K- pop umumnya mengalami ketidakpuasan tubuh pada tingkat sedang, dengan persentase sebesar 66% (sebanyak 115 subjek) pada kelompok usia ≤ 18 tahun. Hal ini menandakan bahwa mayoritas remaja perempuan dalam kategori usia tersebut mengalami ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh mereka, meskipun belum berada dalam kategori berat atau ekstrem. Kecenderungan ini menegaskan bahwa remaja lebih rentan terhadap pengaruh celebrity worship, khususnya dalam aspek body image. Mereka cenderung menyerap standar kecantikan yang ditampilkan oleh idol tanpa kemampuan yang cukup untuk menyaring informasi atau membangun citra tubuh yang sehat. Tekanan sosial dari lingkungan dan paparan media juga memperkuat penilaian diri yang negatif dapat berujung pada menurunnya tingkat kepuasan terhadap tubuh. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, ditemukan bahwa pengaruh celebrity worship terhadap body image bersifat beragam, tergantung pada tingkat keterlibatan dalam celebrity worship serta usia individu. Remaja cenderung lebih rentan (Santika dan Bawono, 2022) dalam menyerap dan mengikuti standar kecantikan yang ditampilkan oleh idol karena mereka masih dalam proses mencari jati diri dan belum sepenuhnya bisa mengontrol keinginan atau tekanan dari luar. Hal ini membuat mereka lebih gampang membandingkan diri dengan idol yang mereka kagumi, dan menganggap penampilan fisik sebagai hal penting agar bisa diterima di lingkungan sosialnya. Sebaliknya, individu dewasa umumnya sudah punya jati diri yang lebih kuat dan pengalaman hidup yang lebih banyak. Karena itu, mereka lebih bisa membedakan antara sekadar mengagumi selebriti dan bagaimana mereka menilai diri sendiri. Walaupun tetap ada pengaruh dari idol yang mereka suka, orang dewasa cenderung lebih kritis dalam melihat standar kecantikan yang tidak realistis, dan lebih fokus menggunakan gaya atau inspirasi

dari idol sebagai bentuk ekspresi diri, bukan karena ingin benar-benar terlihat seperti idola mereka. Penelitian sebelumnya terkait celebrity worship dan body image menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan, peningkatan dalam keterikatan terhadap selebriti diikuti oleh peningkatan citra tubuh individu. Hal ini menunjukkan bahwa penggemar yang sangat mengidolakan selebriti cenderung meniru gaya hidup idolanya dengan harapan memperoleh tubuh ideal seperti idola mereka. Penelitian lain mengungkapkan bahwa penggemar K-pop dengan tingkat celebrity worship yang lebih rendah cenderung memiliki persepsi tubuh yang lebih positif. Usia yang bertambah berdampak pada pembentukan pola pikir, kedewasaan, dan respons seseorang terhadap faktor eksternal seperti media, selebriti, dan lainnya. Pertambahan usia ini akan menyebabkan keterampilan kognitif dan afektif yang 11 (Subakuh dan Febrieta, 2024) (Utami, 2019) lebih berkembang. Hal ini akan memungkinkan mereka untuk membedakan informasi dan membedakan antara realitas dan fantasi. Diketahui bahwa seseorang akan membagi tahapan mereka selama masa remaja dan dewasa awal. Pada masa-masa ini mereka akan sangat responsif kepada faktor eksternal. Hal ini dikarenakan perkembangan diri dan jiwa ambisi mereka sedang berlangsung. Terlebih pada perempuan yang pada usia-usia ini sangat mudah dipengaruhi oleh celebrity worship karena adanya kecenderungan mencari body image untuk ditiru. Idol yang memiliki kehidupan glamor, kesuksesan, dan penampilan yang sempurna, biasanya dijadikan model kesuksesan dan kecantikan yang dicita-citakan. Akan tetapi, pengaruh ini tidak selamanya berdampak baik. Apabila perempuan pada usia tersebut terlalu terobsesi dengan idola mereka, mereka dapat tenggelam dalam standar yang tidak realistis dan menganggap diri mereka tidak kompeten jika tidak dapat mencapainya. Hal ini diperparah dengan ekspektasi dan tekanan sosial yang terkait dengan lingkungan, yang dalam banyak kasus menekankan pada penampilan fisik dan pemenuhan standar budaya populer. Menurut menjelaskan bahwa

keterikatan remaja pada selebriti dapat berfungsi sebagai secondary attachment atau keterikatan sekunder, yang menggantikan peran orang tua ketika kedekatan dengan mereka mulai berkurang. Ketika remaja merasa tidak aman dalam relasi sosial atau kurang mendapatkan kedekatan emosional dari orang-orang di sekitarnya, mereka bisa mencari kenyamanan emosional dari figur selebriti, yang dianggap sebagai teman semu atau "pseudo-friends". Hubungan parasosial ini meskipun satu arah tetap terasa nyata bagi remaja, dan bisa menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas, nilai, atau bahkan aspirasi mereka. Minat terhadap selebriti juga sering dipengaruhi oleh interaksi sosial dengan teman sebaya, idol bisa menjadi topik pembicaraan yang mempererat hubungan sosial. Berbeda dengan remaja, individu pada usia dewasa awal menunjukkan pola hubungan yang berbeda terhadap selebriti.

28

Penelitian yang dilakukan oleh menemukan bahwa penggemar K-Pop pada tahap dewasa awal mulai menyadari bahwa idola mereka memiliki kehidupan pribadi yang terpisah dari fantasi penggemar. Selain itu, perhatian mereka terhadap idola mulai berkurang seiring dengan meningkatnya kesibukan dan tanggung jawab yang muncul di fase kehidupan ini. Tanggung jawab tersebut meliputi melanjutkan pendidikan, membangun karier, beradaptasi dalam lingkungan sosial yang lebih luas, serta mempersiapkan diri untuk membangun hubungan jangka panjang seperti mencari pasangan hidup Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana celebrity worship memengaruhi body image, serta melihat peran usia sebagai moderator. Idola K-Pop khususnya idola grup perempuan, umumnya direpresentasikan sebagai perwujudan dari penampilan ideal yang memiliki penampilan fisik yang sempurna. Melihat image mereka secara berulang dapat menumbuhkan ketidakpuasan tubuh pada penggemar perempuan, yang merasa kurang mampu untuk menyesuaikan diri dengan standar tersebut. Selanjutnya dalam penelitian ini, usia juga

akan diteliti sebagai variabel moderasi. Usia juga dapat mempengaruhi tingkat respon seseorang terhadap pengaruh 13 Dewi dan Indrawati, (2019) (Dewi dan Indrawati, 2019) selebriti, dimana perempuan pada usia remaja dan lebih mudah terpengaruh dibandingkan dengan orang yang lebih dewasa.

21 33 1.2 Rumusan Masalah Perumusan masalah dalam penelitian ini disusun berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya 1.

Apakah celebrity worship dapat mempengaruhi body image pada penggemar girl group K-Pop? 2. Apakah pengaruh celebrity worship terhadap body image pada penggemar K-pop dimoderasi usia? 1.3. Tujuan Penelitian Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah usia memoderasi pengaruh celebrity worship terhadap body image pada penggemar perempuan girl group K-Pop 1.4 Manfaat Penelitian Penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut. a. Manfaat Teoritis

1. Menjadi Dasar bagi Penelitian Selanjutnya. Temuan dalam penelitian ini dapat memberikan landasan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian lebih lanjut, baik dengan metode yang berbeda maupun dalam konteks yang lebih luas. 2. Mengembangkan Konsep atau Teori. Hasil penelitian ini dapat mendukung, menguji ulang, atau bahkan mengembangkan teori yang telah ada terkait dengan celebrity worship dan body image. b. Manfaat Praktis 14 1. Memberikan wawasan kepada orang tua, dan pendidik agar lebih memahami pengaruh celebrity worship terhadap body image, sehingga dapat mendampingi remaja dan dewasa muda dalam membentuk citra tubuh yang lebih sehat dan realistis. 2. Memberikan edukasi pada penggemar K-Pop mengenai pentingnya memilah pengaruh yang datang dari idol K-Pop

15 BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 16 Body Image 2.1 16 21 56 1 Definisi Body Image Menurut body image didefinisikan sebagai 2 “the picture of our own body which we form in our mind, that is to say the way in which the body appears to ourselves 16 21 56 . Dalam beberapa waktu terakhir definisi ini telah diperluas untuk merujuk pada “the picture we have in our minds of the size, shape and form of our bodies; and

to our feelings concerning these characteristics and our constituent body parts .
Bahwa bukan hanya mengenai persepsi fisik semata, tetapi juga melibatkan aspek psikologis dan subjektivitas individu terhadap tubuhnya. Sementara itu, menurut mendefinisikan body image “ the picture of our own body which we form in our own mind . Body image merupakan representasi mental yang dibentuk individu mengenai tubuhnya sendiri. Ini bukan hanya tentang bagaimana tubuh terlihat secara fisik, tetapi juga bagaimana seseorang merasakan dan menilai tubuhnya sendiri, yang dapat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, norma sosial, serta interaksi dengan orang lain. mendefinisikan “ Body image is a mental representation of the body that includes perceptions of appearance, feelings and thoughts about the body, how it feels to be inside the body, and the body’s functions and capabilities p.117). Body image itu kompleks dan terdiri dari gabungan antara persepsi visual, emosi, pikiran, dan pengalaman Slade (1994) (Slade, 1994, p. 497) Schilder, (1950) (Schilder, 1950, p. 11) Cash dan Pruzinsky, (2002) (Cash dan Pruzinsky, 2002, tubuh secara keseluruhan. 41 Bukan sekadar bagaimana tubuh terlihat dari luar, tetapi juga bagaimana seseorang merasakan, mengalami, dan menilai tubuhnya dari dalam. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh karena teori tersebut memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai body image , dengan menekankan aspek emosional dan perilaku individu terhadap tubuhnya. Teori ini tidak hanya mempertimbangkan pandangan pribadi maupun penilaian sosial, tetapi juga mengklasifikasikan body image ke dalam dua kategori utama, yaitu positif dan negatif, yang memungkinkan analisis lebih mendalam. Selain itu, teori ini telah banyak dijadikan acuan dalam berbagai studi yang membahas isu-isu seputar body image

2.1.2 Dimensi Body Image Menurut terdapat lima dimensi yang membentuk konsep body image , yaitu: a. Appearance evaluation Mengacu pada penilaian individu terhadap penampilan fisiknya secara keseluruhan. Dimensi ini mencerminkan persepsi dasar individu mengenai

apakah ia merasa puas atau tidak terhadap penampilannya. Individu yang memperoleh skor tinggi pada aspek ini umumnya memiliki pandangan positif dan merasa puas terhadap penampilan fisiknya, sedangkan mereka yang memperoleh skor rendah cenderung menunjukkan ketidakpuasan dan ketidaknyamanan terhadap kondisi fisik yang dimiliki.

b. Appearance orientation 17 Cash dan Pruzinsky (2002) Cash, (2000)

Appearance orientation adalah salah satu dimensi dalam penilaian terhadap body image yang mencerminkan seberapa besar perhatian,

kepedulian, dan usaha seseorang dalam menjaga atau memperbaiki

penampilan fisiknya. c. Body area satisfaction Body area satisfaction

mengukur tingkat kepuasan individu terhadap bagian-bagian tubuh

tertentu, mulai dari bagian atas tubuh hingga bagian bawah. Ini

mencakup penilaian pribadi mengenai seberapa puas seseorang dengan

penampilan fisiknya di setiap area tubuh, seperti wajah, dada,

perut, kaki, dan lainnya. Penilaian ini lebih terfokus pada

elemen-elemen spesifik tubuh daripada penampilan secara keseluruhan. d.

Overweight preoccupation Overweight preoccupation merujuk pada

kekhawatiran yang dirasakan seseorang terhadap kemungkinan bertambahnya

berat badan. e. Self-classified weight Self-classified weight adalah

cara individu mengelompokkan atau menilai ukuran tubuh mereka, mulai

dari sangat kurus hingga gemuk. Dalam hal ini, seseorang memberikan

label atau kategori terhadap tubuhnya sendiri berdasarkan persepsi

pribadi, seperti apakah mereka merasa tubuh mereka termasuk dalam

kategori kurus, ideal, berisi, atau gemuk. Penilaian ini bersifat

subjektif, bergantung pada pandangan pribadi masing-masing individu

terhadap tubuh mereka. 2.1.3 Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Body

Image Faktor-faktor yang mempengaruhi body image yaitu: 18 a. Jenis

Kelamin Perbedaan jenis kelamin memainkan peran penting dalam

pembentukan body image. Secara umum, perempuan lebih cenderung merasa

tidak puas terhadap penampilan fisiknya dibandingkan laki-laki, sehingga

lebih rentan memiliki body image negative . Di sisi lain,

laki-laki cenderung lebih memperhatikan aspek massa otot tubuhnya, sementara perempuan lebih fokus pada masalah berat badan yang berlebihan . b. Media Massa Media massa turut memberikan pengaruh signifikan terhadap cara individu memandang tubuh mereka .

Representasi figur laki-laki dan perempuan ideal di media seringkali menggambarkan sosok terkenal. Hal ini dapat membentuk standar tertentu yang mempengaruhi persepsi seseorang terhadap tubuhnya sendiri . c.

Hubungan Interpersonal Interaksi sosial juga menjadi salah satu faktor yang berkontribusi pada body image . 40

Dalam hubungan interpersonal, individu seringkali membandingkan dirinya dengan orang lain untuk mengevaluasi diri .

Umpan balik dari lingkungan sosial, termasuk komentar atau reaksi orang lain terhadap penampilan fisik, berperan penting dalam membentuk citra diri. 19 (Brown et al., 1990) (Brown et al., 1990) (Hogan dan Strasburger, 2008) (Hogan dan Strasburger, 2008) 2.2 Celebrity Worship 2.2.1 Definisi Celebrity Worship Celebrity worship didefinisikan sebagai “psychological absorption (leading to delusions of actual relationships with celebrities) and addiction (fostering the need for progressively stronger involvement to feel connected with the celebrity) menyatakan bahwa ketika seseorang begitu mengidolakan selebriti sampai merasa seperti punya hubungan pribadi dengan mereka, meskipun kenyataannya tidak. Orang tersebut bisa merasa sangat terlibat dalam kehidupan selebriti hingga seakan-akan "terserap" oleh dunia mereka.

Lama- lama, hal ini bisa berubah jadi seperti kecanduan, di mana orang tersebut terus-menerus ingin tahu lebih banyak dan mencari cara agar merasa lebih dekat dengan selebriti, misalnya dengan

selalu mengikuti berita atau aktivitas mereka di media sosial . 57

Sama halnya dengan Celebrity worship menurut Maltby et al (2003) yaitu 1

“The phenomenon of celebrity worship is currently conceptualized as an abnormal type of parasocial relationship, driven by absorption and addictive

elements and which potentially has significant clinical sequelae 57 . Yang

menjelaskan bahwa celebrity worship adalah bentuk hubungan sepihak

yang dianggap tidak normal, di mana seseorang merasa sangat terikat dengan selebriti meskipun tidak ada interaksi langsung. Menurut mendefinisikan celebrity worship dengan “Celebrity worship is defined as a particular kind of idol worship of a widely recognised person who commands a high degree of public 20 (McCutcheon et al., 2002, p. 67) (Mccutcheon et al., 2002) (Maltby et al., 2003, p.25) Liu, (2013) and media attention (Liu, 2003, p.16) menjelaskan bahwa celebrity worship adalah bentuk khusus dari pemujaan atau pengidolaaan seseorang yang terkenal (selebriti). Selebriti ini mendapatkan perhatian besar dari publik dan media, sehingga banyak orang yang mengidolakan atau memuja mereka secara berlebihan. Fenomena ini biasanya terjadi karena selebriti tersebut memiliki pengaruh yang besar, sering muncul di media, dan memiliki daya tarik yang membuat penggemar merasa terhubung secara emosional atau pribadi. Mengacu pada teori yang telah dijelaskan, peneliti memilih teori McCutcheon et al. (2002) karena teori tersebut memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan kajian ilmiah dan telah banyak dijadikan acuan dalam berbagai penelitian terkait. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya penelitian yang mengutip teori tersebut sebanyak 462 di ResearchGate. Ini menunjukkan bahwa teori McCutcheon et al. (2002) tetap relevan dan menjadi acuan utama dalam studi terkait Celebrity Worship. 2.2.2 Dimensi Celebrity Worship Menurut McCutcheon (sebagaimana dikutip dalam, terdapat tiga dimensi celebrity worship, yaitu: 1. Entertainment-social, adalah dimensi paling rendah dari bentuk penyembahan terhadap selebriti, di mana para penggemar merasa tertarik pada selebriti karena nilai hiburan yang mereka berikan serta sebagai sarana untuk berinteraksi secara sosial. 29 Pada tingkat ini, penggemar cenderung terlibat dalam percakapan dengan orang lain tentang selebriti favorit mereka, serta mengikuti kehidupan selebriti tersebut melalui 21 Brooks, 2018) media sosial. Motivasi utama dari perilaku ini adalah untuk mencari sensasi dan hiburan, bukan karena

keterikatan emosional yang mendalam. 2. Intense-personal , adalah dimensi menengah dari Celebrity Worship yang ditandai dengan perasaan yang lebih mendalam terhadap selebriti favorit dan meningkatnya keterlibatan emosional dalam kehidupan pribadi selebriti tersebut. Pada tahap ini, penggemar mulai merasa lebih terikat dan memiliki hubungan emosional yang lebih kuat dengan selebriti, bahkan sampai pada titik di mana kehidupan mereka terasa "berputar di sekitar selebriti yang diidolakan. Penggemar tidak hanya tertarik pada sisi hiburan, tetapi juga menjadi semakin terserap dalam detail kehidupan pribadi selebriti. 3. Borderline-pathological , adalah dimensi paling ekstrem dari Celebrity Worship , yang ditandai dengan keterikatan berlebihan dan perilaku yang tidak sehat terhadap selebriti. Pada tahap ini, penggemar mengalami over-identifikasi dengan selebriti, di mana mereka merasa seolah-olah memiliki hubungan yang sangat dekat, meskipun hubungan tersebut hanya ada dalam pikiran mereka. Penggemar pada level ini bahkan bersedia melakukan hampir apa saja untuk menyenangkan selebriti, sering kali dengan cara yang tidak rasional. Selain itu, mereka juga bisa memiliki fantasi delusional tentang selebriti, seperti membayangkan hubungan yang tidak realistis atau percaya bahwa selebriti memiliki perasaan khusus terhadap mereka. 22

2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Celebrity Worship Menurut McCutcheon (sebagaimana dikutip dalam, mengemukakan bahwa terdapat faktor utama yang memengaruhi celebrity worship: 1. Usia McCutcheon menjelaskan bahwa ketertarikan terhadap selebriti biasanya mencapai titik tertinggi pada masa remaja, namun akan berkurang seiring bertambahnya usia. Fenomena ini sering ditemukan pada individu berusia antara 11 hingga 17 tahun, di mana mereka mulai menunjukkan minat terhadap hubungan romantis dengan lawan jenis. Meski demikian, sebagian remaja memilih untuk tidak terlibat dalam hubungan nyata dan justru menyalurkan ketertarikan mereka melalui pengidolaan terhadap selebriti. 2. Kepribadian Faktor kepribadian memainkan peran penting

dalam celebrity worship. Beberapa dimensi kepribadian, seperti ekstrasversi, neurotisisme, dan psikotisme ditemukan berhubungan dengan tingkat keterlibatan seseorang terhadap selebritas. 3. Jenis Kelamin

Secara umum, perempuan lebih sering mengidolakan selebriti laki-laki, sementara laki-laki cenderung memilih selebriti perempuan sebagai idola mereka. Meskipun sama-sama mengidolakan selebriti, laki-laki dan perempuan menunjukkan kecenderungan yang berbeda dalam pola keterikatan mereka. Perempuan cenderung memiliki tingkat kesukaan yang lebih tinggi terhadap selebriti yang diidolakan. 4. Citra tubuh (Brooks, 2018) Menunjukkan hubungan yang kuat dengan citra tubuh. Individu yang memiliki ketidakpuasan terhadap bentuk tubuhnya sering kali mengidolakan selebritas yang dianggap ideal secara fisik. 2.3. Usia

Perkembangan manusia terjadi melalui berbagai tahap usia, Usia menurut e number of years that have elapsed since birth (Santrock, 2019, p. 17). Pada penelitian ini hanya melibatkan kelompok usia remaja dan dewasa awal. Adolescence atau masa remaja merupakan fase perkembangan yang menjadi penghubung antara masa kanak-kanak dan awal kedewasaan. Tahapan ini umumnya dimulai pada rentang usia 10 hingga 12 tahun dan berlangsung hingga usia 18 sampai 21 tahun. Dalam periode ini, individu mengalami berbagai perubahan fisik yang mencolok, seperti peningkatan tinggi badan, perubahan proporsi tubuh, serta perkembangan karakteristik seksual. Selain itu, pencarian identitas dan kemandirian menjadi hal yang sangat penting, dan remaja mulai berpikir lebih logis, abstrak, dan idealis serta menghabiskan lebih banyak waktu di luar keluarga. Early adulthood atau dewasa awal dimulai pada awal usia 20-an dan berlangsung hingga usia 30-an. Pada tahap ini, individu berfokus pada pencapaian kemandirian pribadi dan ekonomi, pengembangan karir, serta untuk banyak orang, memilih pasangan hidup, belajar hidup bersama secara intim, memulai keluarga, dan membesarkan anak. 2.4. Kerangka Berpikir K-pop berkembang menjadi fenomena budaya populer berskala internasional yang mendapatkan

perhatian besar dari berbagai negara, termasuk Indonesia yang dikenal memiliki penggemar yang sangat banyak. Salah satu daya tarik utama industri ini adalah penampilan fisik artis yang dianggap sesuai dengan standar kecantikan ideal, seperti tubuh langsing, kulit cerah, dan fitur wajah proporsional. Standar kecantikan tersebut dipromosikan melalui berbagai media dan media sosial, sehingga memengaruhi cara individu memandang tubuh mereka, khususnya penggemar perempuan. Dalam konteks psikologi, celebrity worship menjadi salah satu fenomena yang relevan untuk menjelaskan keterkaitan antara idola K-pop dan penggemarnya. Menurut , celebrity worship adalah hubungan parasosial yang melibatkan tingkat keterikatan emosional hingga obsesif terhadap selebriti. Fenomena ini terdiri atas tiga dimensi, yaitu entertainment-social, intense- personal, dan borderline-pathological , yang menunjukkan intensitas hubungan penggemar dengan idolanya. Celebrity worship dapat memengaruhi persepsi penggemar terhadap tubuh mereka, di mana selebriti dianggap sebagai model kecantikan ideal yang memengaruhi citra tubuh penggemar. Definisi body image menurut merupakan cara individu memandang, menilai, serta meyakini kondisi tubuhnya sendiri. Sejumlah penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa celebrity worship memiliki potensi untuk memberikan pengaruh, baik positif maupun negatif, terhadap body image. Di satu sisi, penggemar yang sangat mengidolakan selebriti 25 Maltby et al., (2002) Cash dan Pruzinsky, (2002) cenderung berusaha meniru gaya hidup atau penampilan fisik idolanya, yang dapat meningkatkan kepuasan terhadap tubuh mereka. Namun, di sisi lain, paparan terhadap standar kecantikan yang tidak realistis dari selebriti dapat menimbulkan ketidakpuasan tubuh, terutama jika penggemar merasa tidak mampu memenuhi standar tersebut. Selain itu, usia menjadi faktor penting yang memoderasi pengaruh celebrity worship terhadap body image pada perempuan penggemar girl grup k-pop. Pada usia remaja, individu lebih rentan terhadap pengaruh sosial dan media karena keterbatasan

dalam menilai realitas secara kritis. Sebaliknya, pada usia dewasa awal, kemampuan kognitif dan emosional yang lebih matang memungkinkan individu untuk lebih mampu mengelola tekanan sosial dan mempertimbangkan standar kecantikan secara realistis. Gambar 2. 1 Alur kerangka berpikir 2.5. Hipotesis Penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut. Hipotesis 1: H01: Celebrity worship tidak memiliki pengaruh terhadap body image pada perempuan yang menggemari girl group K- pop. Ha1: Celebrity worship memiliki pengaruh terhadap body image pada perempuan penggemar girl group K-pop. Hipotesis 2: H02: Usia tidak memoderasi pengaruh celebrity worship terhadap body image pada perempuan penggemar girl grup K- pop Ha2: Usia berperan sebagai variabel moderator dalam pengaruh celebrity worship terhadap body image pada perempuan penggemar girl grup K-pop. 12 27 BAB III METODE

PENELITIAN 3.1 Desain Penelitian Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, yang berfokus pada pengujian variabel-variabel yang umumnya berbeda dalam aspek kuantitatif, seperti ukuran, intensitas, durasi, maupun jumlah.

. Dalam prosesnya, penelitian kuantitatif melibatkan penggunaan berbagai metode pengukuran untuk menentukan seberapa besar, seberapa banyak, atau seberapa kuat suatu variabel. Hasil dari pengukuran ini umumnya berbentuk skor angka yang selanjutnya diringkas, dianalisis, dan diinterpretasikan melalui prosedur statistik yang telah terstandarisasi. Melalui pendekatan ini, penelitian kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan hasil yang objektif, terukur, dan dapat diandalkan. 3.2 Variabel Penelitian Celebrity Worship dan Body Image serta Usia merupakan variabel dalam penelitian ini. 1 2 3 11 22

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari celebrity worship sebagai Independent Variable, dan body image sebagai Dependent Variable, dan usia sebagai variabel yang memoderasi. 2 11 36 3.2

36 1 Definisi Operasional Body Image Secara operasional, body image diukur melalui skor yang diperoleh dari instrumen MBSRQ-AS. 1 2 3 4 8 9 13 16 20 Instrumen ini mencakup lima dimensi utama, yaitu appearance

evaluation, appearance orientation, overweight preoccupation, self-classified weight, dan 28 (Gravetter dan Forzano, 2019) body areas satisfaction .

3 Skor body image yang tinggi menunjukkan tingkat kepuasan individu terhadap tubuhnya yang lebih besar. 3 46 Sebaliknya, individu dengan skor yang lebih rendah cenderung memiliki tingkat kepuasan tubuh yang lebih rendah.

3 3.2.2 Definisi Operasional Celebrity Worship Celebrity Worship dalam penelitian ini didefinisikan secara operasional berdasarkan skor hasil pengukuran menggunakan Celebrity Attitude Scale , yang terdiri dari tiga dimensi utama: Entertainment-Social (ketertarikan terhadap selebriti sebagai bentuk hiburan dan cara untuk bersosialisasi), Intense-Personal (hubungan emosional yang mendalam dan personal dengan selebriti), dan Borderline-Pathological (perilaku obsesif atau ekstrem terhadap selebriti) . Skor yang diperoleh mencerminkan tingkat keterlibatan individu dalam mengidolakan selebriti secara berlebihan.

3.2.3 Definisi Operasional Usia Usia diartikan secara operasional sebagai angka yang diisi oleh partisipan pada formular. 6 Peneliti akan mengklasifikasikan partisipan berusia 12-18 tahun sebagai kategori remaja, sementara yang berusia 19-30 tahun termasuk dalam kategori dewasa awal.

32 3.3 Populasi dan Sampel Populasi dalam penelitian ini mencakup perempuan yang menggemari girl group K-Pop dan berada dalam rentang usia remaja hingga dewasa awal. Remaja didefinisikan sebagai individu yang berusia 12-18 tahun . Sementara dewasa awal adalah individu yang berusia 19-30 tahun. Dengan demikian, 29 (Cash, 2000) (Mccutcheon et al., 2002) (Santrock, 2010) partisipan yang dipilih untuk penelitian ini adalah perempuan yang berada dalam rentang usia tersebut, yang merupakan kelompok usia yang paling aktif dalam mengonsumsi musik K-Pop dan terlibat dalam fanbase girl group K-Pop. Karakteristik sampel mencakup perempuan yang secara aktif mengikuti grup musik K-Pop, dengan kriteria sebagai berikut: 1. Perempuan berusia 12-30 tahun 2. Penggemar minimal satu grup musik K-Pop perempuan (girl group) Untuk memperkirakan jumlah perempuan yang merupakan penggemar

girl group K-pop di Indonesia, peneliti merujuk pada data jumlah penonton konser girl group K-pop yang diselenggarakan di Indonesia pada tahun 2024 sebagai acuan dalam menentukan perkiraan populasi diantaranya IVE The 1st World Tour In Jakarta sebanyak 5.000 penonton. 2024 AESPA LIVE TOUR - SYNK : Parallel Line sebanyak 10.000 penonton. SECRET NUMBER PasSworLd Concert sebanyak 3.300 penonton. 2NE1 Welcome Back 2024-25 Asia Tour sebanyak 20.000 penonton. Red Velvet FANCON TOUR Happiness: My Dear, ReVeluv sebanyak 10.000 penonton. Total dari penonton konser tersebut sebanyak 48.300 orang. Oleh karena itu, Peneliti menentukan populasi penelitian ini sebanyak 48.300. Populasi tersebut mendekati angka 50.000 pada Tabel Isaac dan Michael pada sehingga dengan taraf error 5%, sampel penelitian berjumlah 346 orang. **24 59** Pengambilan sampel menggunakan metode convenience sampling . Hal ini dikarenakan metode ini memberikan kemudahan bagi peneliti dalam menjangkau partisipan yang tersedia dan bersedia terlibat dalam penelitian, terutama dalam konteks 30 (Sugiyono, 2019) penelitian yang melibatkan penggemar K-Pop yang aktif di media sosial dan memiliki keterbatasan waktu. Selain itu, dengan menggunakan convenience sampling , penelitian ini dapat memperoleh data dari sejumlah besar partisipan dengan lebih cepat dan efisien. Pengambilan sampel akan dilakukan melalui google form . Dengan cara ini, diharapkan dapat menjangkau populasi yang lebih luas dan sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan. Partisipan akan diminta untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan untuk mengukur tingkat celebrity worship dan body image mereka. **58** 3.4 Instrumen Penelitian Penelitian ini menggunakan dua alat ukur yaitu: 3.4 1 Deskripsi Celebrity Attitude Scale (CAS) Skala ini mengukur tingkat pemujaan seseorang terhadap selebriti, yang terdiri dari tiga dimensi (entertainment-social, intense-personal , dan borderline-pathological) . **52** Alat ukur ini terdiri 22 aitem dengan 5 skala dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Alat ukur Celebrity Attitude Scale (CAS) telah melewati uji

validitas menggunakan metode dan memperoleh nilai sebesar 0,890. Pada tabel 3.1 terdapat blue print dari celebrity attitude scale (CAS).

Tabel 3. 1 Tabel Blue Print Celebrity Attitude Scale (CAS) Dimensi

Indikator Nomor aitem Jumlah Aitem Favorable Entertainment Social

Individu aktif mengikuti informasi mengenai selebriti sebagai bentuk

hiburan 4, 6, 9, 13, 15, 18, 21, 8 31 pribadi. 22 Individu

sering terlibat dalam percakapan sosial mengenai selebriti dengan orang lain.

45 Intense Personal Individu merasa memiliki hubungan emosional yang kuat dengan selebriti K-pop favorit. 1, 2, 3, 5, 7, 8, 10, 11, 12,

14, 19 11 Kehidupan individu sehari- hari dipengaruhi oleh kabar

atau aktivitas terbaru dari selebriti yang diidolakan. Bordeline

Pathology Individu memiliki keyakinan tidak realistis mengenai hubungan

pribadi dengan selebriti. 16, 17, 20 3 Individu bersedia melakukan

tindakan ekstrem atau irasional demi merasa lebih dekat dengan

selebriti. Total 22 22 32 3.4.2 Deskripsi Multidimensional Body-Self

Relations Questionnaire Appearance Scale (MBSRQ-AS) Skala ini terdiri

dari lima dimensi yang mencakup 34 item. Alat ukur MBSRQ-AS telah

diuji validitasnya oleh , dan menghasilkan nilai 0,90. Selain itu,

uji reliabilitas dilakukan untuk setiap dimensi, dengan koefisien

Alpha yang diperoleh sebagai berikut: 0,762 untuk dimensi evaluasi

penampilan, 0,753 untuk orientasi penampilan, 0,733 untuk kepuasan

terhadap bagian tubuh, 0,804 untuk kekhawatiran terhadap kelebihan

berat badan, dan 0,905 untuk berat badan yang diklasifikasikan

sendiri. Koefisien reliabilitas total untuk alat ukur ini adalah

0,804. Berdasarkan hasil tersebut, MBSRQ-AS telah teruji validitas dan

reliabilitasnya, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur untuk

mengukur citra tubuh. Pada tabel 3.2 terdapat blue print dari alat

ukur MBSRQ-AS. 33 (Tresna et al., 2021) Tabel 3. 2 Tabel Blue

Print Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire Appearance Scale

(MBSRQ-AS) Nomor Aitem Jumlah Aitem Dimensi Indikator Favorable

Unfavorable Appearance Evaluation Individu merasa puas terhadap

penampilan fisik secara keseluruhan 3, 5, 9, 12, 15 18,19 7
Appearance Orientation 1. Individu memberikan perhatian dan usaha
besar untuk merawat serta memperbaiki penampilan fisik. 2. Individu
merasa penting untuk tampil menarik dan rapi. 1, 2, 6, 7, 10,
13, 17, 21 11, 14, 16, 20 12 Body Area Satisfaction Individu
merasa puas terhadap bagian-bagian spesifik tubuh (wajah, rambut,
dada, lengan, perut, dll). 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34
9 Overweight Preoccupation Individu merasa khawatir terhadap
perubahan berat badan 4, 8, 22, 23 4 Self- Classified Weight
Individu menilai berat badan mereka sendiri apakah termasuk ideal
atau tidak. 24, 25 2 Total 34 34 3.5 Pengujian Psikometri
Setelah seluruh data dari sampel diperoleh, analisis data akan
dilakukan menggunakan JASP versi 19.1 2 0. Proses pengujian 34
reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan aplikasi JASP 0.19 2 54 1,
sementara pengujian validitas dilakukan dengan metode content validity . 2 Untuk
uji coba, peneliti menyebarkan kuesioner dan berhasil mengumpulkan 222
partisipan yang berpartisipasi dalam uji coba tersebut. 35 3.5 8 1 Pengujian
Reliabilitas Alat Ukur Body Image Dalam penelitian ini, reliabilitas
alat ukur dianalisis menggunakan teknik Cronbach's alpha dengan
bantuan aplikasi JASP versi 0.19 1. Uji reliabilitas dilakukan terhadap
222 partisipan, dan hasilnya menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas
Cronbach's α sebesar 0,951. Nilai ini mencerminkan tingkat internal
consistency yang tinggi dengan content sampling error sebesar 0,049.
Berdasarkan kriteria penilaian reliabilitas, skor instrumen MBSRQ- AS
dapat dinyatakan reliabel. Temuan ini menunjukkan bahwa item- item
dalam MBSRQ-AS memberikan hasil pengukuran yang konsisten antaritem.
Pada tabel 3.3 terdapat hasil uji reliabilitas dari alat ukur
MBSRQ-AS Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas Multidimensional Body-Self
Relations Questionnaire – Appearance Scale (MBSRQ-AS) Dimensi Cronbach's
 α Appearance Evaluation 0,732 Appearance Orientation 0,790 Body Area
Satisfaction 0,753 Overweight Preoccupation 0,816 Self-Classified Weight

0,809 Total MBSRQ-AS 0,951 Tabel ini menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk alat ukur MBSRQ-AS yang digunakan untuk menilai berbagai dimensi body image . **37** Reliabilitas diukur menggunakan Cronbach's α (alpha), yang menunjukkan konsistensi internal dari setiap dimensi dan total skala.

Seluruh dimensi dalam skala MBSRQ-AS memiliki reliabilitas yang baik, dengan nilai alpha di atas 0,70. Khususnya, reliabilitas total skala sebesar 0,951 menunjukkan bahwa alat ukur ini sangat dapat diandalkan untuk digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan persepsi tubuh dan penampilan. **37 3.5** **8** 2 Pengujian Validitas Alat

Ukur Body Image Tabel 3. 4 Uji Validitas Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire – Appearance Scale (MBSRQ-AS) Aitem AO 1 AO

2 AO 6 AO 7 AO 10 AO 11 AO 13 AO 14 AO 16 AO 17 AO
 20 AO 21 AO 1 — AO 2 0,759*** — AO 6 0,538*** 0,539*** —
 AO 7 0,559*** 0,513*** 0,690*** — AO 10 0,766*** 0,715*** 0,499***
 0,465*** — AO 11 0,188** 0,167* 0,099 0,191** 0,081 — AO 13
 0,325*** 0,336*** 0,069 0,127 0,305*** -0,035 — AO 14 0,296***
 0,257*** 0,322*** 0,360*** 0,242*** 0,291*** -0,226*** — AO 16
 0,248*** 0,125 0,231*** 0,346*** 0,192** 0,418*** -0,097 0,395*** —
 AO 17 0,501*** 0,540*** 0,308*** 0,278*** 0,483*** 0,082 0,316***
 -0,048 -0,068 — AO 20 0,571*** 0,513*** 0,207** 0,209** 0,499***
 0,325*** 0,058 0,366*** 0,325*** 0,25 8 *** — AO 21 0,682***
 0,675*** 0,555*** 0,569*** 0,618*** 0,107 0,318*** 0,249*** 0,217**
 0,46 *** 0,38 8 *** — Aitem AE 3 AE 5 AE 9 AE 12 AE 15
 AE 18 AE 19 AE 3 — AE 5 0,402*** — AE 9 0,581***
 0,393*** — AE 12 0,687*** 0,315*** 0,525*** — AE 15 0,368***
 0,350*** 0,528*** 0,254*** — AE 18 0,232*** 0,136* 0,383*** 0,073
 0,393*** — AE 19 0,297*** 0,202** 0,482*** 0,197** 0,456***
 0,812*** — Aitem OP 4 OP 8 OP 22 OP 23 OP 4 — 38 OP 8
 0,420*** — OP 22 0,469*** 0,468*** — OP 23 0,479*** 0,497***
 0,763*** — Aitem SCW 24 SCW 25 SCW 24 — SCW 25 0,791*** —
 Aitem BAS 26 BAS 27 BAS 28 BAS 29 BAS 30 BAS 31 BAS 32

REPORT #27544589

BAS 33 BAS 34 BAS 26 — BAS 27 0,757*** — BAS 28 0,710***
0,656*** — BAS 29 0,714*** 0,672*** 0,719*** — BAS 30 0,747***
0,704*** 0,765*** 0,746*** — BAS 31 0,677*** 0,689*** 0,700***
0,694*** 0,704*** — BAS 32 0,715*** 0,661*** 0,752*** 0,705***
0,720*** 0,757*** — BAS 33 0,703*** 0,669*** 0,739*** 0,723***
0,742*** 0,744*** 0,710*** — BAS 34 0,739*** 0,734*** 0,770***
0,739*** 0,741*** 0,741*** 0,758*** 0,757*** — Keterangan: * $p < 0,05$ AE:
Appearance Evaluation ** $p < 0,01$ AO: Appearance Orientation*** $p < 0,001$ BAS:
Body Area Satisfaction OP: Overweight Preoccupation SCW:
Self-Classified QWeight

39 Peneliti melakukan uji validitas konstruk (construct validity) terhadap instrumen Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scales (MBSRQ-AS) untuk mengetahui sejauh mana alat ukur tersebut mampu mengukur konstruk body image secara akurat. Salah satu metode yang digunakan dalam analisis ini adalah dengan menghitung koefisien korelasi antara masing-masing item dalam satu dimensi. Menurut Cohen, sebagaimana dikutip dalam (Shultz et al., 2014) nilai koefisien korelasi yang menunjukkan validitas dianggap memadai apabila signifikan dan berada dalam rentang 0–1. Adapun interpretasinya, nilai korelasi sebesar 0,1 dikategorikan rendah, 0,3 sebagai sedang (moderat), dan di atas 0,5 termasuk tinggi. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai koefisien korelasi yang mendukung validitas konstruk dari MBSRQ-AS. Pada dimensi Appearance Orientation, nilai korelasi item terhadap total skor berkisar antara -0,226 hingga 0,759. Untuk dimensi Appearance Evaluation, korelasi berada dalam rentang 0,073 hingga 0,812. Dimensi Overweight Preoccupation menunjukkan korelasi antara 0,420 hingga 0,763, sedangkan pada dimensi Self-Classified Weight, koefisien korelasinya adalah 0,791. Terakhir, dimensi Body Area Satisfaction memiliki korelasi yang berada antara 0,656 hingga 0,770. Dengan mempertimbangkan keseluruhan nilai korelasi yang mayoritas signifikan dan berada dalam kategori moderat hingga tinggi, maka dapat disimpulkan bahwa MBSRQ-AS memiliki

validitas konstruk yang baik dan layak digunakan sebagai alat ukur body image dalam penelitian ini. **1 2** 40 3.5 **1 2** 3 Analisis Aitem Alat Ukur Body Image Analisis aitem pada instrumen MBSRQ-AS dilakukan dengan menggunakan item-rest correlation melalui perangkat lunak JASP. Berdasarkan

Tabel 3.5, diperoleh nilai korelasi antar aitem yang berada dalam rentang 0,066 hingga 0,816 seperti yang ditunjukkan pada tabel 3.5 mengacu pada kriteria minimal koefisien item-rest correlation yakni $\geq 0,25$ maka dapat disimpulkan bahwa aitem 11, 14, 16 memiliki nilai dibawah 0,25. Meskipun demikian, setelah dilakukan pengujian ulang dengan mengeliminasi ketiga item tersebut, tidak ditemukan perubahan signifikan terhadap reliabilitas total instrumen maupun konsistensi internal antar item dalam dimensi terkait. Oleh karena itu, ketiga item tersebut tetap dipertahankan dalam alat ukur dengan pertimbangan bahwa kontribusinya masih relevan secara konseptual dalam mengukur konstruk body image, serta untuk menjaga keseimbangan dan representasi isi dari setiap dimensi yang diukur oleh MBSRQ-AS.

Tabel 3. 5 Analisis Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire – Appearance Scale (MBSRQ-AS) Aitem Korelasi antar aitem Aitem Korelasi antar aitem

AO 1 0,746 AE 18* 0,586 AO 2 0,768 AE 19* 0,595 AE 3 0,623 AO 20* 0,743 OP 4 0,297 AO 21 0,613 AE 5 0,467 OP 22 0,582 AO 6 0,507 OP 23 0,558 AO 7 0,466 SCW 24 0,515 OP 8 0,681 SCW 25 0,784 AE 9 0,753 BAS 26 0,788 AO 10 0,686 BAS 27 0,811 AO 11* 0,169 BAS 28 0,769 AE 12 0,530 BAS 29 0,756 41 (Azwar, 2015) AO 13 0,347 BAS 30 0,795 AO 14* 0,082 BAS 31 0,720 AE 15 0,703 BAS 32 0,720 AO 16* 0,066 BAS 33 0,770 AO 17 0,708 BAS 34 0,816 Keterangan: *: Aitem

Unfavorable AE: Appearance Evaluation AO: Appearance Orientation BAS: Body Area Satisfaction OP: Overweight Preoccupation SCW:

Self-ClassifiedQWeight 3.5.4 Pengujian Reliabilitas Alat Ukur Celebrity Worship Peneliti melaksanakan uji reliabilitas terhadap alat ukur Celebrity Attitude Scale (CAS) dengan melibatkan 222 responden,

menggunakan JASP dan metode Cronbach's Alpha. **3** Tabel 3.6 menyajikan hasil uji reliabilitas pada tiga dimensi celebrity worship yang terdiri dari 22 item.

Nilai reliabilitas yang diperoleh berada dalam rentang 0,633 hingga 0,863. Nilai koefisien reliabilitas untuk setiap dimensi dalam CAS

ditampilkan pada Tabel 3.6. **17 50** Berdasarkan hasil dalam tabel tersebut,

dapat disimpulkan bahwa alat ukur CAS memiliki reliabilitas yang baik. Dengan

kata lain, seluruh item dalam CAS menunjukkan konsistensi internal yang memadai dan mampu mengukur konstruk secara stabil antar item

dalam masing-masing dimensi. Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Celebrity

Attitude Scale (CAS) Dimensi Cronbach's α Entertainment social 0,775

Intense personal 0,633 42 Borderline pathological 0,863 Total CAS

0,675 3.5.5 Pengujian Validitas Alat Ukur Celebrity Worship Peneliti

melakukan uji validitas terhadap alat ukur celebrity attitude scale

(CAS) guna mengevaluasi sejauh mana instrumen tersebut mampu mengukur

konstruk celebrity worship secara akurat. Prosedur analisis dilakukan

dengan menghitung koefisien korelasi antara masing-masing item dalam suatu dimensi dengan total skor dari dimensi yang bersangkutan.

Mengacu pada pendapat Cohen sebagaimana dikutip dalam koefisien

korelasi yang menunjukkan validitas dianggap memadai apabila signifikan

dan berada dalam rentang 0–1, dengan interpretasi bahwa nilai

sebesar 0,1 termasuk rendah, 0,3 dikategorikan moderat, dan nilai di

atas 0,5 tergolong tinggi. Berdasarkan hasil analisis, nilai koefisien

korelasi pada dimensi entertainment-social berkisar antara 0,260 hingga

0,612, dimensi intense-personal berada pada rentang 0,240 hingga

0,661, dan pada dimensi borderline-pathological berkisar antara 0,353

hingga 0,494. Selain itu, korelasi antara total skor dengan seluruh

item dalam masing- masing dimensi juga menunjukkan hasil yang

signifikan, dengan nilai berkisar antara 0,594 hingga 0,827

sebagaimana ditampilkan pada Tabel 3.7. Dengan mempertimbangkan

keseluruhan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa alat ukur CAS

memiliki validitas konstruk yang baik dan layak digunakan untuk

mengukur tingkat celebrity worship dalam konteks penelitian ini. 43

(Shultz et al., 2014) Tabel 3. 7 Uji Validitas Celebrity Attitude

Scale (CAS) Aitem IP 1 IP 2 IP 3 IP 5 IP 7 IP 8 IP 10

IP 11 IP 12 IP 14 IP 19 IP 1 — IP 2 0,614 *** — IP

3 0,425 *** 0,574 *** — IP 5 0,399 *** 0,385 ***

0,318 *** — IP 7 0,427 *** 0,444 *** 0,24 *** 0,40

*** — IP 8 0,503 *** 0,515 *** 0,523 *** 0,486 ***

0,279 *** — IP 10 0,528 *** 0,529 *** 0,558 *** 0,51

1 *** 0,468 *** 0,574 *** — IP 11 0,498 *** 0,587

*** 0,491 *** 0,514 *** 0,408 *** 0,528 *** 0,661

*** — IP 12 0,42 *** 0,409 *** 0,504 *** 0,407 ***

0,333 *** 0,306 *** 0,554 *** 0,411 *** — IP 14

0,451 *** 0,421 *** 0,332 *** 0,537 *** 0,443 ***

0,48 *** 0,535 *** 0,472 *** 0,523 *** — IP 19 0,49

2 *** 0,501 *** 0,487 *** 0,422 *** 0,368 *** 0,505

*** 0,615 *** 0,584 *** 0,579 *** 0,564 *** — Total

IP 0,721 *** 0,757 *** 0,702 *** 0,661 *** 0,60 ***

0,71 *** 0,826 *** 0,773 *** 0,699 *** 0,717 ***

0,772 *** Aitem ES 4 ES 6 ES 9 ES 13 ES 15 ES 18 ES

21 ES 22 ES 4 — ES 6 0,295 *** — ES 9 0,368 ***

0,336 *** — ES 13 0,492 *** 0,40 *** 0,442 *** — ES

15 0,46 *** 0,34 *** 0,43 *** 0,48 *** — 44 3 7 4 3 ES

18 0,439 *** 0,344 *** 0,379 *** 0,468 *** 0,403

*** — ES 21 0,468 *** 0,26 *** 0,313 *** 0,522 ***

0,522 *** 0,464 *** — ES 22 0,474 *** 0,32 *** 0,43

1 *** 0,564 *** 0,543 *** 0,546 *** 0,612 *** —

Total ES 0,697 *** 0,594 *** 0,651 *** 0,769 *** 0,73

6 *** 0,708 *** 0,737 *** 0,787 *** — Aitem BP 16

BP 17 BP 20 BP 16 — BP 17 0,353 *** — BP 20 0,442

*** 0,494 *** — Total BP 0,74 *** 0,794 *** 0,827 *** 45 3.5 1 2 11 30 6

Analisis Aitem Alat Ukur Celebrity Worship Untuk menganalisis aitem

dalam alat ukur Celebrity Attitude Scale (CAS) dilakukan menggunakan item-rest correlation melalui software JASP. Hasil analisis yang tercantum dalam Tabel 3.8 menunjukkan bahwa nilai korelasi aitem berada dalam rentang 0,397 hingga 0,766 mengacu pada kriteria minimal koefisien item- rest correlation yakni $\geq 0,30$ maka dapat disimpulkan bahwa seluruh aitem bernilai baik. Tabel 3. 8 Hasil Analisis Aitem

Celebrity Attitude Scale (CAS) Aitem Item-rest correlation IP 1

0,670 IP 2 0,663 IP 3 0,584 ES 4 0,546 IP 5 0,605 ES 6

0,429 IP 7 0,584 IP 8 0,623 ES 9 0,368 IP 10 0,750 IP 11

0,720 IP 12 0,607 ES 13 0,610 IP 14 0,636 ES 15 0,641 BP

16 0,357 BP 17 0,403 ES 18 0,523 IP 19 0,656 BP 20 0,374

ES 21 0,651 ES 22 0,633 Keterangan: ES: Entertainment-social 46

IP: Intense-personal BP: Borderline-pathological 3.6 Teknik Analisis

Data Beberapa teknik analisis yang dilakukan berdasarkan antara lain:

1. Statistik Deskriptif Analisis ini dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai karakteristik responden, seperti usia, jenis kelamin, lamanya menjadi penggemar K-pop, intensitas mendengarkan lagu K-pop, serta preferensi terhadap idola atau girl group tertentu. 3 Selain itu, peneliti

juga menghitung beberapa ukuran statistik deskriptif, termasuk mean, standar deviasi, serta nilai minimum dan maksimum. 2. Uji Asumsi Pengujian asumsi dilakukan untuk memastikan bahwa data pada variabel dependen memiliki distribusi yang sesuai, khususnya apakah mengikuti distribusi normal. 1 2

12 Beberapa uji yang dapat dilakukan meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji independensi error, dan uji homoskedastisitas. 51 Apabila hasil menunjukkan data berdistribusi normal, maka analisis regresi dapat digunakan.

Namun, jika data tidak memenuhi asumsi normalitas, maka digunakan

analisis regresi logistik. 3. Uji Regresi a. Uji Regresi celebrity

worship terhadap body image Uji ini bertujuan untuk mengetahui

sejauh mana celebrity worship memengaruhi body image . Nilai R^2

digunakan sebagai indikator untuk menunjukkan seberapa besar kontribusi

47 (Goss-Sampson, 2024) variabel celebrity worship terhadap perubahan

dalam variabel body image . b. Uji Regresi usia terhadap body image Uji ini menganalisis pengaruh usia terhadap body image . Hasil regresi sederhana akan menunjukkan apakah skor pada celebrity attitude scale (CAS) dan usia secara bersama-sama dapat secara signifikan memprediksi skor pada (MBSRQ-AS). Nilai R^2 juga digunakan untuk mengukur sejauh mana kombinasi kedua variabel bebas ini memengaruhi body image.

3.7 Prosedur Penelitian

1. Menyebarkan kuesioner secara daring melalui platform survei online. Setelah kuesioner tersedia dalam bentuk Google Form, tahap selanjutnya adalah menyebarkan kuesioner kepada target responden. **13 42** Kuesioner akan disebarluaskan secara daring melalui platform media sosial yang banyak digunakan oleh penggemar K-Pop, seperti Instagram, Twitter. Peneliti akan menyertakan informasi yang jelas mengenai tujuan penelitian, serta memastikan bahwa semua partisipan bersedia untuk mengikuti penelitian secara sukarela dan anonim.
2. Mengumpulkan data selama periode waktu tertentu. Data akan dikumpulkan selama periode waktu tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Durasi pengumpulan data akan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian dan tujuan pengumpulan data yang mencakup pengumpulan sampel yang memadai untuk analisis statistik. Peneliti akan memastikan bahwa partisipan yang mengisi kuesioner memenuhi kriteria yang telah ditentukan, seperti rentang usia yang relevan dan status sebagai penggemar girl group K-Pop. Setelah periode pengumpulan data selesai, semua data akan diverifikasi dan disiapkan untuk tahap analisis.
3. Menganalisis data dengan bantuan JASP untuk menguji hipotesis. data terkumpul, peneliti akan melakukan analisis data menggunakan perangkat lunak JASP, yang merupakan alat analisis statistik yang dapat digunakan untuk mengolah data kuantitatif.

9 10 15 23 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 49 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. **38** 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 (19-30 253 60% 50
tahun) 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. **26 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 teoritik 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.

10 Tabel 4. **10** 2 Gambaran Variabel Body Image 51 Body Image SD @A Teoritik @A Empirik Min. **10** Empirik Maks. Empirik Appearance Evaluation

5,8 21 21,5 9 33 Appearance Orientation 8,5 36 37,4 17 56 Body Area Satisfaction 9,5 27 27,4 9 45 Overweight Preoccupation 3,7 12 11,5 4 20 Self-Classified Weight 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, 52 dengan perbedaan terletak pada jumlah aitem yang ada pada masing-masing dimensi. 53

Tabel 4.3	10	3	Gambaran Variabel Celebrity Worship
Worship SD	YZ	Teoritik	YZ
Empirik Min.	10	Empirik Maks.	
Empirik Entertainment- Social	5,8	24	29,4
Intense-Personal	8,1	33	36,4
Borderline- Pathological	2,3	9	8,3
Total Celebrity Worship	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 ($SD = 26,6$). 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. 44

4.3 Uji Asumsi Analisis

dilakukan dengan terlebih dahulu pengujian asumsi, salah satunya adalah uji normalitas. 15

Jika hasil uji menunjukkan bahwa asumsi terpenuhi, maka analisis dapat dilanjutkan dengan uji regresi linear sederhana. 53

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 d 54 (Goss-Sampson, 2024) (Goss-Sampson, 2024) atau 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 . 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 55 Goss-Sampson, (2024) bahwa keterkaitan antar kedua variabel tidak menunjukkan pola linear secara keseluruhan, sehingga terdapat permasalahan dalam asumsi linearitas data. 4.3 5 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. 1 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 . 56 (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 1,032 111,36

8 415 <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 $R^2 = 0,313$ yan

g menunjukkan besar pengaruh sebesar 31,3%. Nilai ini termasuk dalam

kategori tinggi, sesuai dengan penjelasan yang menyatakan bahwa jika pengaruhnya lebih dari 25% berarti tergolong tinggi. Berdasarkan hasil uji regresi logistik, hipotesis null (H_0) ditolak. 14 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. 57

Gravetter dan Forzano, (2021) 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 . 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. 58 (Goss-Sampson, 2024)

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	0,814	0,318	0,652	0,0032	113,34
4	0,814	0,318	0,652	0,0032	4

(Intercept) 1,235 < 0,001
Celebrity Worship 1,047 < 0,001
Usia a 75,337 0,003
Celebrity

Worshi p * 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, 59 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.

60 4.5 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
Entertainment- social	1,117	<0,00	1		
Intense- personal	0,885	<0,00	1		
Borderline- pathological	1,577	<0,00	1		

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
Entertainment- social	1,077	0,264			
Intense- personal	0,910	0,128			
Borderline- pathological	2,504	<0,00	1		
Usia a	1,648	<0,00	1		
Entertainment- social*U sia a	0,951	0,513			
Intense- personal*U sia a					

1,117 0,127 Borderline- pathological*U si a a 0,410 <0,00 1

Keterangan: a =Remaja(0), Dewasa awal(1) Pada hasil uji regresi logistik menunjukkan 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 62 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 , 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. 6 Diketahui bahwa usia tidak memoderasi pengaruh celebrity worship terhadap body image . 63

Gravetter dan Forzano, (2021) Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi

Logistik Celebrity Worship , Usia, lama menggemari K-pop, Motivasi untuk Mengubah Penampilan terhadap Body Image Odds- Ratio ΔX^2 df Sensitivity Nagelkerke R^2 Specificity p H 1 160,0 96 40 9



REPORT #27544589

0,857 0,428 0,704 <0,00 1 (Intercept) 0,003 <0,00 1 Celebrity
Worship 1,047 <0,00 1 Usia 353,0 64 0,003 Lama menggemari K-pop
a 0,520 0,280 Motivasi untuk mengubah penampilan a 6,766 0,001
Celebrity Worship * 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), >1tahun(1) a = Tidak termotivasi sa
ma sekali (0), sangat termotivasi (1) 64 BAB V PENUTUP 5.1

Kesimpulan Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana celebrity
worship memengaruhi body image pada perempuan penggemar girl group
K-pop dengan usia sebagai moderasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa
usia tidak memoderasi karena tidak terdapat perbedaan antara pengaruh
celebrity worship terhadap body image pada remaja dan pengaruh
celebrity worship terhadap body image pada dewasa. **27** Pada remaja dan
dewasa menunjukkan hasil yang sama yaitu semakin tinggi celebrity
worship maka cenderung memiliki body image positif, artinya semakin
positif pula citra tubuh yang dimiliki penggemar K-pop. Meskipun usia tidak
berperan sebagai moderator, hasil analisis menunjukkan bahwa celebrity
worship tetap berpengaruh signifikan terhadap body image. **5 17** Melalui analisis
tambahan, pada dimensi entertainment social dan borderline pathological
menunjukkan pengaruh yang positif terhadap body image. Sedangkan pada dimensi
intense personal memiliki pengaruh negatif pada body image. Selain
itu, usia sebagai variabel independen ternyata memiliki pengaruh yang
signifikan terhadap body image. Artinya, usia individu turut
menentukan bagaimana mereka membentuk persepsi terhadap citra tubuh
mereka. Secara umum, individu yang lebih dewasa cenderung memiliki
body image yang lebih positif dibandingkan individu yang lebih muda,
kemungkinan karena faktor perkembangan kognitif dan 65 pengalaman yang
lebih matang dalam memaknai standar kecantikan. **1 19** 5.2 Diskusi Penelitian
ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pada
celebrity worship terhadap body image pada perempuan yang menggemari
girl group K-pop, serta melihat apakah usia dapat memoderasi pengaruh tersebut.

Didapatkan hasil bahwa interaksi antara celebrity worship dan usia tidak signifikan, yang berarti bahwa usia tidak berperan sebagai variabel moderator dalam pengaruh celebrity worship terhadap body image. Dengan kata lain, pengaruh celebrity worship terhadap body image menunjukkan pola yang serupa pada kelompok usia remaja maupun dewasa awal.

47 Variabel usia tidak berperan sebagai faktor yang memperkuat ataupun memperlemah pengaruh tersebut. Kedua kelompok usia memperlihatkan kecenderungan yang sejalan, yakni semakin tinggi tingkat keterikatan terhadap selebriti, maka semakin tinggi pula citra tubuh yang dimiliki individu. Artinya, keterlibatan individu dalam mengidolakan selebriti, terutama dalam konteks girl group K-pop, berasosiasi dengan citra tubuh yang lebih positif. Hal ini menunjukkan bahwa ketika penggemar semakin mengagumi idolanya, mereka cenderung menerima standar penampilan idol tersebut dan termotivasi untuk merawat dan meningkatkan penampilan diri, sehingga merasa lebih puas terhadap tubuhnya. Dalam konteks ini, body image yang tinggi mencerminkan persepsi yang positif terhadap tubuh sendiri, seperti merasa lebih menarik, lebih percaya diri, atau lebih puas dengan penampilan fisik secara keseluruhan.

14 Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan yang 66 diperoleh yang menunjukkan terdapat pengaruh positif yang signifikan antara celebrity worship dan body image pada perempuan dewasa awal penggemar girl group K-pop.

3 Penelitian tersebut memperlihatkan bahwa semakin meningkatnya celebrity worship yang dimiliki oleh perempuan dewasa awal, maka semakin tinggi pula kategori body image yang mereka miliki. Fenomena meningkatnya body image positif seiring dengan tingginya celebrity worship dapat dijelaskan melalui dimensi appearance orientation dalam konsep body image menurut . Appearance orientation merujuk pada sejauh mana individu memberikan perhatian dan usaha terhadap penampilan fisiknya, termasuk bagaimana mereka merawat, memperbaiki, dan menampilkan tubuhnya. Dalam konteks ini, penggemar K-pop yang memiliki tingkat celebrity worship tinggi sering kali terdorong untuk meniru



penampilan idolanya, baik dalam hal gaya berpakaian, make-up, hingga pola hidup sehat. Keterlibatan dalam dunia fandom membuat individu menjadi lebih termotivasi untuk memperhatikan tubuh mereka secara intensional. Mereka tidak hanya mengagumi idola secara pasif, tetapi juga mengambil tindakan nyata untuk mendekati standar penampilan idolanya, seperti melakukan diet, olahraga, hingga membeli produk perawatan diri. Aktivitas ini berkaitan erat dengan peningkatan appearance orientation, yang pada akhirnya dapat memperkuat citra tubuh positif karena individu merasa bahwa dirinya semakin mendekati penampilan ideal. Hal ini sejalan dengan temuan dari penelitian yang menunjukkan bahwa keterlibatan aktif dalam komunitas penggemar K-pop mendorong perilaku appearance enhancement, seperti memperbaiki 67 (Anissa, 2024) Cash dan Pruzinsky, (2002) Subakuh dan Febrieta, (2024) penampilan untuk meningkatkan kepercayaan diri. Oleh karena itu, semakin tinggi celebrity worship yang ditunjukkan oleh individu, semakin besar kemungkinan individu tersebut memiliki tingkat appearance orientation yang tinggi, yang secara tidak langsung mendukung pembentukan body image positif. **31** Meskipun usia tidak berperan sebagai moderator, hasil penelitian tetap menunjukkan bahwa celebrity worship memiliki pengaruh signifikan terhadap body image. Hal ini terlihat dari hasil analisis regresi logistik yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat celebrity worship, semakin tinggi pula kecenderungan individu memiliki citra tubuh yang positif. Artinya, perempuan penggemar girl group K-pop yang lebih terlibat dalam aktivitas mengidolakan selebriti, cenderung merasa lebih puas dengan penampilan fisik mereka. Penemuan ini mendukung teori hubungan parasosial yang dikemukakan oleh yang menjelaskan bahwa keterikatan emosional terhadap selebriti dapat membentuk persepsi positif terhadap diri sendiri karena individu merasa lebih dekat dengan idolanya, dan berusaha menyesuaikan diri dengan standar kecantikan yang dipersepsikan. Keterlibatan ini secara tidak langsung mendorong individu untuk merawat diri, meningkatkan

penampilan, dan merasa lebih baik terhadap tubuh mereka. Analisis tambahan menunjukkan bahwa dimensi-dimensi celebrity worship memberikan pengaruh yang berbeda terhadap body image . 35 Dimensi entertainment-social dan borderline- pathological menunjukkan hubungan positif yang signifikan terhadap body image . Hal ini berarti bahwa keterlibatan dalam percakapan sosial mengenai selebriti, serta perilaku obsesif yang 68 Mccutcheon et al., (2002) masih dalam batas wajar, dapat memperkuat citra tubuh positif. Temuan ini selaras dengan penelitian yang menunjukkan bahwa penggemar K-pop yang aktif terlibat dalam komunitas dan aktivitas fandom merasa lebih percaya diri karena merasa menjadi bagian dari kelompok sosial yang memvalidasi ketertarikan mereka terhadap idol. Sebaliknya, dimensi intense-personal justru menunjukkan pengaruh negatif terhadap body image . Artinya, ketika hubungan emosional terhadap selebriti terlalu intens dan bersifat pribadi, hal ini dapat menurunkan persepsi positif terhadap tubuh. Fenomena ini sesuai dengan temuan , yang menunjukkan bahwa dimensi intense-personal dapat berdampak negatif terhadap kesejahteraan psikologis karena penggemar cenderung membandingkan dirinya secara ekstrem dengan idolnya, dan merasa tidak cukup baik secara fisik atau emosional. Menariknya, usia sebagai variabel independen ternyata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap body image . Artinya, meskipun usia tidak memoderasi pengaruh celebrity worship terhadap body image, usia tetap berperan dalam membentuk persepsi tubuh seseorang. Secara umum, individu yang lebih dewasa menunjukkan citra tubuh yang lebih positif dibandingkan remaja. Hal ini dapat dikaitkan dengan perkembangan kognitif dan emosional yang lebih matang pada usia dewasa awal, yang memungkinkan individu lebih realistis dalam menilai standar kecantikan dan lebih menerima kondisi tubuhnya sendiri. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa celebrity worship memang berpengaruh signifikan terhadap body image , tetapi usia tidak memoderasi. Namun, usia tetap memiliki peran penting dalam 69

(Subakuh dan Febrieta, 2024) Maltby et al., (2003) menentukan seberapa positif seseorang memandang tubuhnya. Hasil ini memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman psikologis mengenai pengaruh media dan idola terhadap pembentukan identitas tubuh, khususnya pada penggemar perempuan K-pop. Dalam analisis tambahan, juga dilakukan uji regresi logistik yang lebih spesifik dengan menguji masing-masing dimensi celebrity worship serta usia terhadap body image. Analisis ini dilakukan untuk melihat secara lebih rinci bagaimana kontribusi setiap dimensi tersebut terhadap persepsi tubuh, serta apakah terdapat interaksi antara dimensi-dimensi tersebut dengan usia. **48 Hasil analisis** menunjukkan bahwa tidak ada interaksi yang signifikan pada ketiga dimensi tersebut. Artinya, tidak ditemukan perbedaan efek yang cukup berarti dari setiap dimensi celebrity worship terhadap body image berdasarkan kelompok usia remaja dan dewasa awal. Dengan kata lain, pengaruh dari setiap dimensi bersifat konsisten di seluruh rentang usia yang diteliti. Hal ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa usia tidak berfungsi sebagai moderator, baik secara keseluruhan maupun pada dimensi. Secara keseluruhan, temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa celebrity worship berpengaruh signifikan terhadap body image pada perempuan penggemar girl group K-pop, tanpa adanya peran moderasi dari variabel usia. Walaupun interaksi antara celebrity worship dan usia tidak terbukti signifikan, hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa usia tetap memberikan pengaruh langsung yang signifikan terhadap body image. Temuan ini mengindikasikan bahwa keterlibatan dalam celebrity worship berdampak serupa pada individu remaja dan dewasa awal, namun 70 persepsi terhadap tubuh dipengaruhi pula oleh tahapan perkembangan usia individu itu sendiri. Selain itu, perbedaan pengaruh antar dimensi celebrity worship mengungkap bahwa keterlibatan yang bersifat sosial dan adaptif (entertainment-social dan borderline-pathological) cenderung positif dengan body image, sedangkan keterikatan emosional yang terlalu intens (

intense- personal) cenderung negatif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan penggemar-idola dalam konteks K-pop fandom memiliki kompleksitas yang dipengaruhi oleh bentuk keterlibatan dan karakteristik personal, seperti usia. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan pemahaman psikologis mengenai pengaruh budaya populer terhadap konstruksi citra tubuh, serta menjadi dasar penting bagi penelitian lanjutan dan pengembangan intervensi yang relevan dalam mendukung body image yang sehat di kalangan perempuan muda.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Metodologis

Peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut: Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini, ditemukan bahwa usia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap body image , meskipun tidak terbukti sebagai variabel moderator. Temuan ini justru membuka peluang baru untuk pengembangan penelitian selanjutnya. Sehingga, disarankan agar dalam penelitian selanjutnya, usia dipertimbangkan sebagai variabel independen.

71 Pendekatan ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana perbedaan usia secara langsung memengaruhi citra tubuh perempuan penggemar girl group K-pop, tanpa perlu bergantung pada interaksi dengan variabel lain.

5.3.2 Saran Praktis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa celebrity worship dapat memengaruhi cara individu menilai tubuhnya. Oleh karena itu, penting bagi berbagai pihak untuk berkontribusi dalam membangun kesadaran dan pemahaman yang sehat mengenai body image:

1. Bagi penggemar K-pop, disarankan untuk lebih menyadari bentuk keterlibatan mereka dalam mengidolakan selebriti. Mengagumi idola dalam konteks hiburan atau sebagai inspirasi penampilan (dimensi entertainment-social) dapat berdampak positif, tetapi keterikatan emosional yang terlalu mendalam (dimensi intense-personal) berpotensi menurunkan kepuasan terhadap tubuh sendiri. Maka dari itu, penting bagi penggemar untuk menjaga batas antara mengagumi dan mengidealisasikan secara berlebihan, agar tidak terjebak dalam perbandingan yang tidak realistis terhadap tubuh

REPORT #27544589

mereka sendiri. 2. Bagi orang tua, disarankan untuk memberikan edukasi yang mendorong penerimaan tubuh dan membangun rasa percaya diri baik pada remaja maupun dewasa awal. Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa usia tidak memoderasi pengaruh celebrity worship terhadap body image artinya pengaruh celebrity worship serupa di berbagai usia, tetapi usia tetap ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap body image secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi individu 72 terhadap tubuh mereka memang berubah seiring usia, dan pada setiap tahap perkembangan, dibutuhkan pendekatan dukungan yang berbeda. Pada remaja, fokus utama adalah membantu mereka mengembangkan identitas diri dan membangun ketahanan terhadap standar kecantikan yang ditampilkan media. Sedangkan pada dewasa awal, penting untuk mendorong kesadaran kritis terhadap citra tubuh dan memperkuat penerimaan diri, mengingat kelompok usia ini juga tetap terpapar ekspektasi sosial terhadap penampilan. Orang tua memiliki peran penting dalam membangun lingkungan yang mendukung dan tidak memperkuat tekanan terhadap penampilan fisik, baik melalui komunikasi sehari-hari maupun contoh sikap terhadap tubuh. 73



REPORT #27544589

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	1.94% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8856/16/16.%20Bukti%20Lolos%20Plagiarism...	●
INTERNET SOURCE		
2.	1.81% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8856/10/10.%20BAB%20III.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
3.	1.66% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7675/10/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.78% lib.unnes.ac.id https://lib.unnes.ac.id/18410/1/1550406005.pdf	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.72% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7675/11/BAB%20IV.pdf	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.69% jurnal.wicida.ac.id https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/download/2597/1003/10484	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.56% eprints.mercubuana-yogya.ac.id https://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/13578/1/17081564-Intan%20Tri%20Ash...	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.47% perpus.univpancasila.ac.id https://perpus.univpancasila.ac.id/repository/FPS220838.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
9.	0.43% repository.unj.ac.id http://repository.unj.ac.id/27210/1/Skripsi%20Hadi%20Nugroho.pdf	●



REPORT #27544589

INTERNET SOURCE		
10. 0.41%	eprints.upj.ac.id	● ●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9209/11/11.%20BAB%20IV.pdf	
INTERNET SOURCE		
11. 0.39%	eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9231/10/10.%20Bab%203.pdf	
INTERNET SOURCE		
12. 0.37%	eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9465/11/BAB%203.pdf	
INTERNET SOURCE		
13. 0.36%	repository.upi.edu	●
	http://repository.upi.edu/125733/4/S_PSI_1907731_Chapter%203.pdf	
INTERNET SOURCE		
14. 0.35%	eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7675/	
INTERNET SOURCE		
15. 0.34%	eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6180/11/11.%20BAB%20IV.pdf	
INTERNET SOURCE		
16. 0.3%	repository.uma.ac.id	●
	https://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/1033/5/118600197_file5.pdf	
INTERNET SOURCE		
17. 0.27%	journal.untar.ac.id	●
	https://journal.untar.ac.id/index.php/jmishumsen/article/view/18859/13297	
INTERNET SOURCE		
18. 0.25%	repository.ubharajaya.ac.id	●
	http://repository.ubharajaya.ac.id/24438/2/201910515255_Dita%20Syafebti_BA...	
INTERNET SOURCE		
19. 0.25%	repository.untar.ac.id	●
	http://repository.untar.ac.id/22979/1/File%201.%20Pembuka%20%28Vierren%2..	
INTERNET SOURCE		
20. 0.22%	repository.unj.ac.id	●
	http://repository.unj.ac.id/29766/3/BAB%203.pdf	



REPORT #27544589

INTERNET SOURCE		
21.	0.22% repository.unja.ac.id https://repository.unja.ac.id/62467/6/Skripsi%20Rini%20print%20sekarang.pdf	●
INTERNET SOURCE		
22.	0.21% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1204/5/15.%20BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
23.	0.21% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6310/10/BAB%20IV.pdf	●
INTERNET SOURCE		
24.	0.21% jurnal.wicida.ac.id https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/download/2462/908/9460	●
INTERNET SOURCE		
25.	0.2% psikologi.uma.ac.id https://psikologi.uma.ac.id/psikologi-kepribadian-memahami-faktor-yang-mem...	●
INTERNET SOURCE		
26.	0.2% repository.stei.ac.id http://repository.stei.ac.id/2111/5/11160000153_AJENG%20PRISNA%20DJ_2020..	●
INTERNET SOURCE		
27.	0.2% journal-psikologi.hangtuah.ac.id https://journal-psikologi.hangtuah.ac.id/index.php/jpp/article/download/122/84..	●
INTERNET SOURCE		
28.	0.2% ojs.unud.ac.id https://ojs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/download/54175/32118	●
INTERNET SOURCE		
29.	0.19% publication.petra.ac.id https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1..	●
INTERNET SOURCE		
30.	0.18% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10783/10/10.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
31.	0.17% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9214/2/Artikel.pdf	●



REPORT #27544589

INTERNET SOURCE		
32. 0.17%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10727/26/10.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
33. 0.15%	eprints.walisongo.ac.id https://eprints.walisongo.ac.id/24753/1/Skripsi_1907016039_RIYANTI%20SETIA%20	●
INTERNET SOURCE		
34. 0.14%	buletin.k-pin.org https://buletin.k-pin.org/index.php/daftar-artikel/1119-parasosial-korean-fando...	●
INTERNET SOURCE		
35. 0.14%	repository.uksw.edu https://repository.uksw.edu/handle/123456789/30002	●
INTERNET SOURCE		
36. 0.14%	repository.unj.ac.id http://repository.unj.ac.id/26505/1/SKRIPSI%20ANGGUN.pdf	●
INTERNET SOURCE		
37. 0.14%	linter.untar.ac.id https://linter.untar.ac.id/repository/penelitian/buktipenelitian_10705001_7A170..	●
INTERNET SOURCE		
38. 0.13%	ejournal.stainkepri.ac.id https://ejournal.stainkepri.ac.id/index.php/tanjak/article/download/146/99/518	●
INTERNET SOURCE		
39. 0.13%	repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/23308/1/LEFI%20EKA%20SANDIA_HUBUNGAN%20	●
INTERNET SOURCE		
40. 0.13%	jurnal.unissula.ac.id https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/psisula/article/download/39244/10254	●
INTERNET SOURCE		
41. 0.13%	repository.itskesicme.ac.id https://repository.itskesicme.ac.id/7879/1/SKRIPSI%20NAMIRA%20LENGKAP.pdf	●
INTERNET SOURCE		
42. 0.13%	repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81049/1/DIAN%20P...	●



REPORT #27544589

INTERNET SOURCE		
43.	0.12% www.froyonion.com	●
	https://www.froyonion.com/news/esensi/hati-hati-celebrity-worship-syndrome-...	
INTERNET SOURCE		
44.	0.11% repository.unj.ac.id	●
	http://repository.unj.ac.id/1221/4/BAB%20III.pdf	
INTERNET SOURCE		
45.	0.11% eprints.umm.ac.id	●
	https://eprints.umm.ac.id/3886/1/SKRIPSI.pdf	
INTERNET SOURCE		
46.	0.11% jurnal.globalhealthsciencegroup.com	●
	https://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JLH/article/download/5..	
INTERNET SOURCE		
47.	0.11% ojs.unud.ac.id	●
	https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/download/5694/4541/	
INTERNET SOURCE		
48.	0.11% digilib.unila.ac.id	●
	http://digilib.unila.ac.id/64123/3/TESIS%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf	
INTERNET SOURCE		
49.	0.1% repository.upnjatim.ac.id	●
	https://repository.upnjatim.ac.id/25604/2/BAB%201.pdf	
INTERNET SOURCE		
50.	0.1% journal.universitaspahlawan.ac.id	●
	https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/download/142...	
INTERNET SOURCE		
51.	0.09% repository.unja.ac.id	●
	https://repository.unja.ac.id/24060/6/BAB%20III.pdf	
INTERNET SOURCE		
52.	0.09% digilib.uinsa.ac.id	●
	http://digilib.uinsa.ac.id/59916/2/Delvina%20Alifah%20Rahma_J71218037%20o...	
INTERNET SOURCE		
53.	0.09% repository.uinjkt.ac.id	●
	https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/46293/1/PUTI%20F...	



REPORT #27544589

INTERNET SOURCE		
54.	0.08% repositori.uma.ac.id	●
	https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/23986/1/198600281%20...	
INTERNET SOURCE		
55.	0.08% penelitimuda.com	●
	https://penelitimuda.com/index.php/SL/article/download/176/pdf	
INTERNET SOURCE		
56.	0.07% etheses.iainkediri.ac.id	●
	https://etheses.iainkediri.ac.id/14143/2/20104064_BAB%202.pdf	
INTERNET SOURCE		
57.	0.07% eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10808/9/9.%20BAB%202.pdf	
INTERNET SOURCE		
58.	0.07% etheses.uin-malang.ac.id	●
	http://etheses.uin-malang.ac.id/73678/1/18410047.pdf	
INTERNET SOURCE		
59.	0.06% repository.upi.edu	●
	http://repository.upi.edu/114447/4/S_PSI_1904014_Chapter3.pdf	

● QUOTES

INTERNET SOURCE		
1.	0.22% eprints.upj.ac.id	
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10808/9/9.%20BAB%202.pdf	
INTERNET SOURCE		
2.	0.11% etheses.iainkediri.ac.id	
	https://etheses.iainkediri.ac.id/14143/2/20104064_BAB%202.pdf	
INTERNET SOURCE		
3.	0.06% jurnal.wicida.ac.id	
	https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/download/2597/1003/10484	