

# 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 (Pandeinuwu et al., 2022). 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. (Alifah, 2022)- 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 (Hastutik, 2022).

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 (Prasatsiwi, 2024). Banyaknya jumlah streaming ini menunjukkan bahwa K-Pop 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. 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. Selain itu, penggemar K-Pop

di Indonesia sebagian besar adalah perempuan. Sebanyak 92,1% penggemar K-Pop Indonesia adalah perempuan (Tanjung dan Aritonang, 2023). 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 (Gandhawangi, 2024). 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 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 (Ci, 2022).

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 (Ci, 2022) 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% (Gandhawangi, 2024). 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 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 (Mellicia dan Utami, 2022). 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 (Putri, 2020). 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 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 (Sari, 2024).

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*, yaitu bagaimana individu semakin terdorong untuk memperhatikan, merawat, dan meningkatkan penampilan fisiknya. 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*.

Cash dan Pruzinsky (2002) 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 (Cash dan Pruzinsky, 2002). 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.

Menurut Cash dan Pruzinsky (2002), *body image* terdiri dari lima dimensi, yaitu evaluasi terhadap penampilan fisik (*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. 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 (Munawwarah dan Suryaningrum, 2024). 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 Maltby et al., (2003) fenomena *celebrity worship* mengacu pada keterobsesian individu terhadap selebriti, yang dianggap menyimpang dari respons normal. Dimensi *celebrity worship* meliputi *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline pathological* (Maltby et al., 2003). 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 (Maltby et al., 2003).

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-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 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  $\leq 18$  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 (Santika dan Bawono, 2022). 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 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 (Subakuh dan Febrieta, 2024). Penelitian lain mengungkapkan bahwa penggemar K-pop dengan tingkat *celebrity worship* yang lebih rendah cenderung memiliki persepsi tubuh yang lebih positif (Utami, 2019)

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 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 (Santrock, 2019). 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 Giles dan Maltby, (2004) 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. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Indrawati, (2019) 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 (Dewi dan Indrawati, 2019)

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 selebriti, dimana perempuan pada usia remaja dan lebih mudah terpengaruh dibandingkan dengan orang yang lebih dewasa.

## 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

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