



6.97%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 22 JUL 2024, 8:54 AM

Similarity report

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

 IDENTICAL	 CHANGED TEXT	 QUOTES
0.22%	6.74%	0.16%

Report #22112035

BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Saat ini, K-Pop sudah menjadi salah satu hal yang paling diminati oleh banyak orang, terutama di Indonesia. Indonesia menjadi peringkat ketiga dengan penggemar K-Pop terbanyak dari total keseluruhan 73,12 juta individu yang menyukai K-Pop di dunia berdasarkan survei yang dijalankan oleh The Fandom for Idols (Nararya, 2019). Dari segi usia, survei Kumparan pada 100 partisipan penggemar K-Pop mendapatkan hasil bahwa mayoritas penggemar K-Pop berusia remaja, dengan persentase sebanyak 57% di usia 12 sampai dengan 20 tahun, dan 42% pada usia 21 sampai dengan 30 tahun (Nuraini et al., 2017). Data lain juga menyatakan bahwa mayoritas penggemar K-Pop berusia 20-25 tahun dengan total 40,7% (Triadanti, 2019). Dari data-data tersebut, dapat dilihat bahwa emerging adulthood menjadi salah satu rentang usia yang banyak menjadi penggemar K-Pop. Selain itu, pada tahun 2022 Indonesia menjadi salah satu dalam 10 peringkat tertinggi terkait negara yang melakukan kegiatan impor album K-Pop (Nurrahmah, 2023). Para penggemar K-Pop tidak hanya menikmati karya-karya idolanya melalui pembelian album. Mereka juga dapat memunculkan rasa ketertarikan terkait hal-hal atraktif dan menonjol dari para selebriti yang menyebabkan rasa keingintahuan mereka menjadi mendalam pada para selebriti yang mereka idolakan, sampai pada informasi pribadi dari selebriti tersebut (Gumelar et al., 2021). Para penggemar dapat memiliki perasaan bahwa mereka

sangat mengetahui dan mengenali, serta memiliki perasaan memiliki hubungan yang nyata dengan idola mereka hanya melalui informasi-informasi yang didapat dari internet, seperti hal-hal pribadi, latar belakang, kesukaan, kepribadian yang dimiliki, sampai pada orang yang memiliki hubungan dengan idola mereka (Horton & Wohl, sebagaimana dikutip dalam Shofa, 2017). Pada kehidupan sehari-hari terdapat contoh para penggemar yang mencari tahu segala informasi yang dimiliki oleh idolanya, yaitu seperti adanya penggemar yang mencari tahu terkait nomor telepon yang dimiliki oleh selebriti idola mereka. Hal tersebut secara nyata terjadi beberapa anggota boy group seventeen . Mereka mendapat telepon berkali-kali dari nomor yang tidak dikenal saat melakukan siaran langsung dan membuat mereka terganggu. Hal tersebut diketahui dilakukan oleh para penggemar yang memiliki tingkat obsesi tinggi pada selebriti idola mereka, atau yang sering disebut sasaeng (Dash, 2023). Aktivitas yang dilakukan para penggemar untuk mengetahui segala hal terkait idola mereka dan menjadikan mereka memiliki perasaan kedekatan sepihak tersebut, dan dapat memunculkan hubungan para sosial. Hubungan para sosial tersebut dapat memunculkan perilaku celebrity worship . Celebrity worship didefinisikan oleh Maltby et al., (sebagaimana dikutip dalam Laksmi, 2019), sebagai perilaku obsesi yang muncul dari suatu individu agar selalu menyertakan diri pada kehidupan selebriti yang disukai dan dapat memengaruhi kehidupan individu

tersebut. Perilaku- perilaku tersebut dicontohkan seperti mencari informasi selebriti hanya sekedar untuk sarana hiburan dan sumber interaksi dengan orang lain, sampai pada rela melakukan apa pun untuk selebriti idolanya. Menurut McCutcheon et al., (sebagaimana dikutip dalam Brooks, 2018), mengatakan bahwa celebrity worship memiliki 3 dimensi, yaitu entertainment-social dimension, intense-personal dimension, serta borderline-pathological dimension, Perilaku celebrity worship juga dapat membuat individu mengembangkan kemampuan sosial mereka (Nata et al., 2022). Para penggemar dapat bergabung pada perkumpulan dengan idola yang sama dan menambah teman di dalam komunitas tersebut untuk berbagi cerita terkait hal-hal yang berhubungan dengan selebriti yang mereka sukai (Nasution, 2018). Selain itu, perilaku celebrity worship juga dapat menjadi salah satu inspirasi bagi para penggemar dalam menerapkan hal-hal positif di kehidupan sehari-hari seperti yang dilakukan oleh idola mereka, baik dalam hal kedisiplinan maupun gaya hidup positif lainnya (Nasution, 2018). Celebrity worship yang terjadi secara berlebihan dapat memberikan berbagai dampak negatif. Dampak negatif yang diberikan yaitu seperti munculnya gejala dalam hal depresi dan kecemasan (Sansone & Sansone, 2014), perilaku kompulsif seperti penggunaan internet yang sangat berlebihan, maladaptive daydreaming , sampai keinginan untuk terkenal (Zsila et al., 2018). Di samping itu, perilaku celebrity worship juga dapat



menyebabkan dampak negatif pada keterampilan sosial dan hubungan yang dimiliki. Para penggemar dapat memilih untuk lebih mengikuti dan mencari tahu lebih dalam terkait aktivitas selebriti idola dibandingkan dengan melakukan interaksi sosial dengan orang lain (Gillette, 2022). Selain itu, menurut Maltby dkk (2003), apabila masih pada tahap entertainment-social, para penggemar hanya menjadikan idola mereka sebagai sarana hiburan ataupun topik pembicaraan dengan temannya. Tetapi, pada tahap intense-personal, penggemar bisa mendapatkan dampak negatif seperti perasaan yang semakin intensif dan kompulsif kepada idolanya yang akan membuat ia terfokus kepada idolanya. Lalu, apabila penggemar sudah memasuki tahap borderline-pathological, dampak negatif yang dapat ditimbulkan yaitu mereka akan rela untuk melakukan hal apa saja untuk idolanya. Fenomena celebrity worship diasumsikan terjadi karena pembentukan identitas diri, dimana individu pada masa emerging adulthood akan terjadi keterikatan sekunder (Adams-Price & Greene, sebagaimana dikutip dalam Elhana & Sahrani, 2022). Emerging adulthood juga akan lebih banyak mengalami eksplorasi terkait identitas mereka dibandingkan pada saat masa remaja (Arnett, 2000). Pada fase ini, fokus permasalahan identitas dapat dilihat pada tiga bidang utama eksplorasi identitas, yaitu pekerjaan, pandangan dunia, serta eksplorasi terkait cinta yang menjadi lebih intim dan serius (Arnett, 2000). Pada masa emerging adulthood, hubungan intim

yang seharusnya dicapai akan memiliki kemungkinan yang lebih sulit untuk dibangun apabila suatu individu masih memiliki pergulatan dengan identitas yang dimilikinya (Newton, 2022). Tetapi, dengan banyaknya penggemar dalam rentang usia emerging adulthood atau dewasa awal yang masih melakukan kegiatan celebrity worship di Indonesia diindikasikan sebagai mereka belum sepenuhnya menyelesaikan tugas perkembangannya tahap sebelumnya, yaitu pada masa remaja untuk membentuk identitas yang mereka miliki (Laksono & Noer, 2021). Masalah identitas yang muncul tersebut dapat diselesaikan dengan gaya identitas yang mereka miliki. Gaya identitas atau identity styles sendiri didefinisikan oleh Berzonsky sebagai perbedaan yang muncul dalam memproses informasi terhadap informasi-informasi yang relevan terhadap diri sendiri, menyelesaikan konflik identitas, serta membuat keputusan terhadap apa yang terjadi (Czyżowska, 2022; Muttaqin & Ekowarni, 2017). Berzonsky membagi gaya identitas menjadi 3 jenis, yaitu normative styles, dimana individu lebih mengikuti norma atau keyakinan orang lain dalam memproses masalah identitas. Kedua yaitu diffuse-avoidant styles, yaitu individu lebih memilih untuk menunda dalam mengambil keputusan serta menghindari konflik identitas jika hal tersebut memungkinkan. Terakhir adalah informational styles, atau individu lebih mengeksplorasi dan mencari tahu lebih dalam terkait informasi-informasi yang didapat (Czyżowska, 2022; Muttaqin & Ekowarni, 2017). Pada individu yang memiliki gaya identitas

informational styles , ketika dihadapkan dengan maraknya budaya K-Pop yang semakin meluas, mereka akan lebih selektif dan hanya mengambil hal yang relevan bagi diri mereka dalam prosesnya menyukai K-Pop. Hal tersebut dikarenakan individu dengan gaya identitas informational style lebih berusaha untuk mencari informasi-informasi, memproses, serta melakukan evaluasi terhadap apa yang didapat (Berzonsky & Kuk, 2021). Pada individu dengan normative style , mereka akan memproses hal-hal terkait K-Pop sesuai dengan apa yang orang lain di lingkungan sekitar mereka lakukan tanpa mencari tahu lebih lanjut apakah hal tersebut relevan bagi diri mereka. Hal tersebut dikarenakan mereka mengadaptasi harapan dari lingkungan sekitar secara langsung untuk dapat tetap memenuhi ekspektasi yang ada (Berzonsky & Kuk, 2021). Individu dengan diffuse-avoidant style , mereka akan lebih tinggi kemungkinan untuk mengembangkan perilaku celebrity worship sampai pada tingkat borderline pathological . Hal tersebut dikarenakan mereka akan lebih memikirkan apa yang akan langsung mereka dapat jika menyukai K-Pop, tanpa memikirkan konsekuensi jangka panjang, karena individu dengan gaya identitas ini lebih memikirkan konsekuensi jangka pendek dan didorong oleh kebutuhan hedonistik (Berzonsky, sebagaimana dikutip dalam Czyżowska, 2022). Hal tersebut digambarkan dengan para penggemar dengan gaya identitas ini hanya berpikir untuk mendapatkan kesenangan jangka pendek tanpa melihat konsekuensi jangka panjang seperti

apa yang bisa didapatkan dari hal-hal yang mereka lakukan untuk menyenangkan diri mereka dan berkaitan dengan idola mereka. Di samping itu, para individu dengan diffuse-avoidant style dikatakan akan lebih memiliki tingkat yang lebih tinggi dalam loneliness (Berzonsky & Kuk, 2021). Hal tersebut juga berkaitan dengan rendahnya keterampilan sosial yang dimiliki oleh para penggemar K-Pop dengan tingkat borderline-pathological yang akan lebih memungkinkan untuk melakukan celebrity worship pada tingkat yang lebih dalam agar dapat memenuhi perasaan kosong atau menggantikan dari hubungan sosial yang seharusnya terjadi. Peneliti melakukan wawancara kepada 3 penggemar K-Pop untuk mengetahui lebih lanjut terkait fenomena yang ada. Pada responden pertama, berinisial DA (21), yang memiliki gaya identitas informational style dan celebrity worship pada tingkat entertainment-social. Ia menyatakan bahwa awal menyukai K-Pop bermula pada tahun 2010. Ia mulai menyukai K-Pop sekitar tahun 2011-2012, dan kembali menyukai K-Pop dengan lebih intens saat tahun 2017. Ia menyukai K-Pop dikarenakan temannya memberitahukan terkait boy-group Shinee yang menyanyikan salah satu soundtrack pada salah satu drama Korea yang ia tonton. Oleh karena itu, ia mulai menyukai K-Pop. Saat ini ia menyukai beberapa girl-group seperti SNSD dan New Jeans serta boy-group, yaitu BTS dan Super Junior. Ia melakukan aktivitas terkait K-Pop hanya untuk mengakses hiburan seperti mendengarkan musik,

REPORT #22112035

menonton video, melihat aktivitas idola di media sosial, dan hanya melakukan cover dance yang dilakukan untuk kesenangan saja. Di samping itu, DA saat ingin mengambil keputusan terkait identitas, akan lebih mengeksplor kemungkinan- kemungkinan apa saja yang dapat dihasilkan dari keputusan yang akan ia ambil. Responden ketiga yaitu IR (22), dengan gaya identitas normative style dan celebrity worship pada tingkat intense-personal. Ia mulai menyukai K-Pop dikarenakan melihat salah satu girl-group yang dirasa memiliki visual yang menarik. Hal tersebut membuatnya mencari lebih jauh terkait girl-group tersebut dan artis K-Pop lainnya. Saat ini ia menyukai beberapa girl-group seperti LeSserafim dan New Jeans serta boy-group, yaitu StrayKids, Seventeen, serta TXT. IR menyatakan bahwa ia melakukan aktivitas menjadi penggemar K-Pop yaitu mulai dari mendengarkan lagu sampai dengan menonton konser selebriti idolanya. Ia juga melakukan pencarian terhadap berita idolanya terutama melalui platform X dengan intensitas yang cukup tinggi. Selain itu, ia juga melakukan aktivitas lain bersama teman yang menyukai selebriti idola yang sama, seperti melakukan noraebang, cafe event , dan berkumpul atau berpiknik bersama. Ia sendiri merasa tidak memiliki hambatan dalam menjalin relasi dengan orang sekitar di luar lingkungan pertemanan yang sama-sama menyukai K-Pop. Selain itu IR juga menyatakan bahwa ia adalah individu yang cukup terstruktur. IR juga merasa dirinya suka untuk

mencoba hal-hal baru, dan ia lebih senang untuk mencari informasi yang relevan jika ingin mengambil suatu keputusan. Hal tersebut juga didasarkan bahwa keluarganya adalah keluarga yang suportif dan cukup membebaskannya dalam mengambil suatu keputusan. Responden terakhir yaitu A (21), menyatakan bahwa ia menyukai K-Pop sekitar 3-4 tahun. Ia memiliki gaya identitas diffuse-avoidance style dan celebrity worship pada tingkat borderline- pathological. Saat ini dia menyukai beberapa boy-group seperti BTS, Seventeen, TXT, dan enhypen. Saat ini, AD dalam menyukai K-Pop juga melakukan aktivitas seperti mendengarkan lagu, menonton konten-konten idolanya, serta menonton konser. Ia bisa menonton konser berkali-kali dalam satu tahun dan bisa sampai mengikuti idolanya keluar negeri untuk menonton konser mereka. A juga sering membeli barang yang sama seperti yang dipakai idolanya walaupun harga barang tersebut mahal. A sendiri memiliki orang tua yang cukup memanjakannya dan memperbolehkan ia melakukan hal-hal untuk memenuhi kebutuhannya akan idolanya. A juga memiliki kepribadian yang dapat dikatakan sering kali merasa khawatir yang berlebihan saat melakukan aktivitas. Ia sering kali menunda dalam mengambil keputusan-keputusan terkait identitasnya ataupun masalah- masalah pribadinya saat seharusnya melakukan hal tersebut dan mengatakan “lihat nanti saja”. Penelitian Muttaqin dan Ekowarni (2017) terkait pembentukan identitas remaja di Yogyakarta, menyatakan bahwa sesuai dengan kemampuan

adaptasi yang ada pada konteks Indonesia, remaja dapat menerapkan gaya identitas dalam membentuk identitas yang dimiliki. Selain itu, penelitian yang dijalankan oleh Widiastuti et al., (2019) menyatakan jika adanya hubungan pada idol worship dan hubungan parasosial pada emerging adulthood . Berdasarkan penelitian-penelitian yang sudah dijalankan, belum terdapat penelitian yang meneliti terkait pengaruh gaya identitas terhadap celebrity worship . Di samping itu, pengaruh gaya identitas terhadap celebrity worship perlu diteliti untuk melihat apakah gaya identitas yang dimiliki para individu dapat mengembangkan perilaku celebrity worship pada tingkatan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, peneliti mempunyai ketertarikan untuk meneliti terkait pengaruh celebrity worship terhadap identitas diri pada emerging adulthood penggemar K-pop.

1.2. **25** **27** Rumusan Masalah Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu **1** “Apakah terdapat pengaruh gaya identitas terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop

1.3. **19** Tujuan Penelitian Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh gaya identitas terhadap celebrity worship penggemar K-Pop.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis **17** Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi referensi ataupun acuan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya terkait celebrity worship dan gaya identitas. **13** 2. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumbangan dan dapat menyumbangkan kontribusi terhadap ilmu psikologi, terutama bagi psikologi sosial serta perkembangan.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Peneliti mengharapakan penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat bagi penggemar K-Pop dalam memahami terkait celebrity worship serta gaya identitas. Hal tersebut dimaksudkan untuk lebih mempertimbangkan terkait pengambilan keputusan yang dapat memengaruhi perilaku celebrity worship yang dilakukan .

25 **28** **31** BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. **28** Celebrity Worship 2.1 1. Definisi Celebrity Worship Celebrity worship menurut Maltby dkk yaitu “ 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 (Maltby et al., 2003, p. 25) atau sebagai suatu hubungan parasosial yang tidak normal dan terjadi karena adanya

suatu penyerapan dan kecanduan yang berpotensi untuk memunculkan suatu gejala klinis yang signifikan. Sejalan dengan hal tersebut, McCutcheon dkk menyatakan bahwa “celebrity worship based on psychological absorption (leading to delusion of actual relationships with celebrities) and addiction (fostering the need for progressively stronger involvement to feel connected with the celebrity) (Mccutcheon et al., 2002, p. 67). Hal tersebut juga dapat diartikan sebagai celebrity worship didasarkan karena adanya penyerapan serta kecanduan secara psikologis yang mengarahkan pada adanya delusi memiliki hubungan dengan idola serta untuk mencari tahu lebih dalam terkait selebriti yang mereka idolakan. Sejalan dengan hal tersebut, Brown (sebagaimana dikutip dari Brooks, 2018) menyatakan bahwa “CW as an intense form of psychological attachment which involves making one’s relationship with their favoured celebrity the primary focus of their life, evolves from strong identification with and intense devotional feelings for that persona, and is characterised by loyalty and willingness to invest time and finances into that person . Hal tersebut diartikan sebagai keterikatan secara psikologis dengan intens dengan adanya relasi satu arah dengan selebriti yang diidolakan dan menjadikannya prioritas utama dalam hidup, serta munculnya perasaan yang lebih intens sampai dengan setia dan bersedia untuk memberikan waktu dan uang pada selebriti yang diidolakan. Berdasarkan teori yang sudah dipaparkan, peneliti menggunakan teori oleh McCutcheon et al., (2002) dikarenakan teori tersebut menyumbangkan kontribusi secara ilmiah dan banyak literatur yang menggunakan teori tersebut. Hal tersebut dibuktikan pada penelitian di ResearchGate memperlihatkan terdapat lebih dari 400 penelitian yang mengutip teori tersebut.

2.1.2. Dimensi Celebrity Worship

McCutcheon et al., (sebagaimana dikutip dalam Brooks, 2018) menyatakan terdapat tiga dimensi celebrity worship , yaitu: 1. Entertainment-social , adalah tingkat paling bawah pada celebrity worship . Dimensi ini menggambarkan bahwa hiburan dan sumber interaksi sosial dengan individu lain yang menjadikan individu tertarik pada selebriti. Dimensi ini sebagian besar hanya didasari oleh

aktivitas untuk mencari sensasi serta hiburan dengan membicarakan selebriti bersama individu lain dan mengikuti selebriti tersebut di media sosial.

2. Intense-personal , adalah tingkatan untuk menggambarkan perasaan yang muncul dari suatu individu pada selebriti yang diidolakan dengan perasaan yang lebih intens dan sudah mencari tahu lebih dalam terkait pada kehidupan pribadi idolanya. 3. Borderline-pathological , yaitu tingkat paling tinggi pada celebrity worship . Pada dimensi ini, individu dapat bersedia untuk melakukan hal apa saja agar mendapatkan kesenangan, serta melakukan fantasi delusi terhadap idola mereka. 2.1.3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Celebrity Worship McCutcheon et al., (2002) menyatakan terdapat tiga faktor yang memengaruhi celebrity worship , yaitu: 1. Keterampilan Sosial Keterampilan sosial didefinisikan sebagai kemampuan dalam melakukan komunikasi, penyesuaian diri, serta kemampuan untuk mempunyai hubungan yang baik bersama individu lain (Budiman sebagaimana dikutip dalam Hermadana, 2020). Keterampilan sosial yang rendah pada suatu individu akan membuat mereka lebih menganggap bahwa celebrity worship dapat memenuhi perasaan kosong atau menggantikan dari hubungan sosial yang seharusnya terjadi. 2. Usia Usia menjadi salah satu hal yang memengaruhi celebrity worship, karena kegiatan celebrity worship harusnya terjadi pada usia remaja serta akan semakin menurun intensitasnya pada usia dewasa awal. 3. Jenis kelamin Jenis kelamin adalah salah satu penentu dalam individu menetapkan cara dalam memilih selebriti yang diidolakan, yaitu seperti perempuan akan lebih memiliki kecenderungan untuk memilih selebriti laki-laki, ataupun sebaliknya.

3 Salah satu contoh munculnya perilaku celebrity worship pada perempuan dikarenakan perempuan tertarik kepada selebriti lawan jenis dikarenakan sebagai pemenuhan kebutuhan fantasi terkait hubungan romantis yang seharusnya dijalani (Raviv, sebagaimana dikutip dalam Laksmi, 2019). 2.2. Gaya Identitas 2.2.1. Definisi Gaya Identitas Istilah identity styles atau gaya identitas juga disebut status identitas yang dikemukakan oleh Marcia (sebagaimana dikutip dalam Santrock, 2011). Marcia menjelaskan status identitas didasarkan bahwa “ The status depends on the presence or absenc

e of a crisis or exploration of alternatives and a commitment to an identity .
(Santrock, 2011, p. 384). Hal tersebut diartikan sebagai bagaimana
individu telah mengeksplorasi ataupun membuat komitmen tertentu ataupun
bagaimana cara suatu individu mengatasi krisis identitas (Santrock, 2011). **14** Marcia
mengusulkan 4 status identitas yang adalah identity diffusion, identity
foreclosure, moratorium dan identity achievement (Santrock, 2011). Crocetti dkk juga
mengemukakan terkait three-dimensional model . Three-dimensional model didefinisikan “ th
e iterative process of constructing and revising one's identity (Crocetti et al.,
2008, p. 210) atau proses yang dilakukan secara berulang dengan tujuan
untuk membentuk dan merevisi identitas dari suatu individu. **20** Three-dimensional model
identitas terdiri dari tiga dimensi, yaitu komitmen, eksplorasi mendalam,
serta peninjauan kembali komitmen. Di samping itu, Berzonsky menjelaskan gaya
identitas sebagai “ a model of identity formation that focuses o
n individual differences in the process by which self-relevant experiences
and information are encoded, processed, and represented. This process is
described in terms of social-cognitive strategies used for personal
decision making and problem solving . (Berzonsky, 1990, p. 304). Hal tersebut
dapat diartikan sebagai pembentukan identitas yang mempunyai fokus terhadap
suatu perbedaan dari tiap individu yang muncul untuk memproses pengalaman
dan informasi-informasi yang relevan terhadap diri sendiri, menyelesaikan
konflik identitas, serta membuat keputusan terhadap apa yang terjadi
(Czyzowska, 2022; Muttaqin & Ekowarni, 2017). Dari beberapa teori yang
ada, peneliti menggunakan definisi yang dipaparkan oleh Berzonsky terkait
gaya identitas atau identity styles , karena teori tersebut relevan pada
penelitian ini, dan dapat membantu peneliti untuk memahami secara lebih
baik fenomena yang diteliti. 2.2.2. Gaya Identitas Terdapat 3 gaya
identitas diri menurut Berzonsky (1989), yaitu: 1. Informational style
Bagi individu dengan gaya informasional yang dominan, pemecahan masalah
identitas dilakukan dengan mencari tahu serta melakukan evaluasi secara
aktif dan menerapkan nilai-nilai yang relevan dengan diri sendiri. Gaya
informasi ini dikaitkan dengan kecenderungan untuk mengeksplorasi pilihan



identitas dan memperluas pengetahuan tentang diri sendiri. Penelitian mengatakan bahwa individu dengan gaya ini akan memiliki kesadaran diri, strategi penyelesaian masalah yang lebih adaptif, serta kebijaksanaan. 2. Normative Style Individu dengan gaya ini cenderung memproses masalah identitas secara otomatis, mengadopsi keyakinan dan nilai dari orang lain tanpa memikirkan dan mencari tahu lebih dalam terkait nilai tersebut, serta mengikuti norma yang sudah ditetapkan. Individu yang memiliki gaya identitas diri dikaitkan memiliki dengan kehati-hatian dan disiplin diri.

3. Diffusive-avoidant style Gaya identitas ini dikaitkan dengan penundaan pengambilan keputusan dan menghindari konflik identitas bila hal tersebut memungkinkan. Individu yang dominan dalam gaya ini didorong terutama oleh kebutuhan hedonistik dan konsekuensi jangka pendek. Selain itu, gaya pemrosesan diffusive-avoidant style ini juga berhubungan positif dengan impulsif, dan depresi, dan lebih berfokus pada upaya mengatasi masalah yang berfokus pada emosi.

2.2.3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Gaya Identitas Dunkel, Papini, dan Berzonsky (2008) mengatakan bahwa terdapat dua faktor yang dianggap memengaruhi identitas gaya identitas, yaitu: 1. Family Functioning Individu dengan pola asuh orang tua otoritatif atau yang menganggap bahwa pengawasan dan tuntutan orang tua sebagai hal yang sah dan masuk akal atau otoriter akan memiliki skor normatif yang tinggi. Pada pola asuh permisif, individu akan lebih mengembangkan gaya identitas menunda-menghindar, dikarenakan orang tua akan cenderung memanjakan anak. Sedangkan individu dengan gaya informasional mendapatkan pola asuh otoritatif melalui kontrol yang sah serta pengawasan normal yang ditujukan untuk memberikan kehangatan dan penerimaan. 2. Kepribadian Kepribadian Big-Five model, yaitu openness to experience, extraversion, agreeableness, conscientiousness, serta neuroticism, yang dimiliki oleh individu dapat dijadikan sebagai salah satu hal yang digunakan individu untuk memproses serta menghadapi masalah dan tugas yang ada pada hidup mereka. Individu dengan kepribadian openness akan lebih mungkin memiliki gaya identitas informational style, pada kepribadian conscientiousness akan lebih dapat

menerapkan gaya identitas normative style . Pada kepribadian neuroticism akan mungkin menerapkan gaya identitas diffuse-avoidance style . 2.3. Kerangka Berpikir Tingginya minat terhadap K-Pop di Indonesia telah dibuktikan oleh survei yang dilakukan oleh The Fandom Kpop yang menyatakan bahwa Indonesia menjadi peringkat ketiga dengan penggemar K-Pop terbanyak di dunia (Nararya, 2019). Mayoritas penggemar K-Pop terdapat pada usia 20-25 (Triadanti, 2019) yang termasuk pada kelompok usia emerging adulthood . Tidak hanya menikmati karya-karya idolanya melalui pembelian album, para penggemar juga dapat memunculkan rasa ketertarikan terkait hal-hal atraktif dan menonjol dari para selebriti yang menjadikan mereka mempunyai rasa ingin tahu yang mendalam pada para selebriti yang mereka idolakan, sampai pada informasi pribadi dari selebriti tersebut (Gumelar et al., 2021). Aktivitas yang dilakukan para penggemar untuk mengetahui segala hal terkait idola mereka dan menjadikan mereka memiliki perasaan kedekatan sepihak tersebut, dapat memunculkan perilaku celebrity worship. Celebrity worship dikatakan oleh Maltby et al., (2003) sebagai hubungan parasosial yang tidak normal dan terjadi karena adanya suatu penyerapan dan kecanduan yang berpotensi untuk memunculkan suatu gejala klinis yang signifikan. Fenomena celebrity worship masih banyak terjadi pada masa emerging adulthood dapat disebabkan karena mereka belum sepenuhnya menyelesaikan tugas perkembangannya tahap sebelumnya, yaitu pada masa remaja untuk membentuk identitas yang mereka miliki (Laksono & Noer, 2021). Hal tersebut dikarenakan mereka seharusnya sudah memasuki tahap menciptakan hubungan intim, tetapi hal tersebut akan sulit dicapai atau dibangun apabila suatu individu masih memiliki pergulatan dengan identitas yang dimilikinya (Newton, 2022). Maka, masalah identitas yang muncul tersebut dapat diselesaikan dengan gaya identitas yang mereka miliki. Gaya identitas atau identity styles sendiri didefinisikan oleh Berzonsky sebagai perbedaan yang muncul dalam memproses informasi terhadap informasi-informasi yang relevan terhadap diri sendiri, menyelesaikan konflik identitas, serta membuat keputusan terhadap apa yang terjadi (Czyżowska,

2022; Muttaqin & Ekowarni, 2017). Berzonsky membagi gaya identitas menjadi 3 jenis, yaitu normative styles, diffuse-avoidant styles, dan informational styles (Czyżowska, 2022; Muttaqin & Ekowarni, 2017). Berdasarkan uraian tersebut, individu dengan gaya identitas informational styles, ketika dihadapkan dengan maraknya budaya K-Pop yang semakin meluas, mereka akan lebih selektif dan hanya mengambil hal yang relevan bagi diri mereka dalam prosesnya menyukai K-Pop. Hal tersebut dikarenakan individu dengan gaya identitas informational style lebih berusaha untuk mencari informasi-informasi, memproses, serta melakukan evaluasi terhadap apa yang didapat (Berzonsky & Kuk, 2021). Pada individu dengan normative style, mereka akan memproses hal-hal terkait K-Pop sesuai dengan apa yang orang lain di lingkungan sekitar mereka lakukan tanpa mencari tahu lebih lanjut apakah hal tersebut relevan bagi diri mereka. Hal tersebut dikarenakan mereka mengadaptasi harapan dari lingkungan sekitar secara langsung untuk dapat tetap memenuhi ekspektasi yang ada (Berzonsky & Kuk, 2021). Individu dengan diffuse-avoidant style, mereka akan lebih tinggi kemungkinan untuk mengembangkan perilaku celebrity worship sampai pada tingkat borderline pathological. Hal tersebut dikarenakan mereka akan lebih memikirkan apa yang akan langsung mereka dapat jika menyukai K-Pop, tanpa memikirkan konsekuensi jangka panjang, karena individu dengan gaya identitas ini lebih memikirkan konsekuensi jangka pendek dan didorong oleh kebutuhan hedonistik (Berzonsky, sebagaimana dikutip dalam Czyżowska, 2022). Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 2.4. Hipotesis Hipotesis yang ada di penelitian ini yaitu: Hipotesis 1: o Hipotesis null (H 01): Tidak terdapat pengaruh gaya identitas informational style terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. o Hipotesis alternatif (H a1): Terdapat pengaruh gaya identitas informational style terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. Hipotesis 2: o Hipotesis null (H 02): Tidak terdapat pengaruh gaya identitas normative style terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. o Hipotesis alternatif (H a2): Terdapat pengaruh gaya

identitas normative style terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. Hipotesis 3: o Hipotesis null (H_{03}): Tidak terdapat pengaruh gaya identitas diffuse-avoidance style terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. o Hipotesis alternatif (H_{a3}): Terdapat pengaruh gaya identitas diffuse-avoidance style terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. 6 8 21 30

BAB III METODE PENELITIAN 3.1. 1 6 8 21 24 Pendekatan Penelitian Pendekatan penelitian penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. 1 4 Gravetter & Forzano (2018)

menyatakan bahwa penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang didasarkan oleh pengukuran variabel yang menghasilkan skor bersifat numerik dan akan diringkaskan serta diinterpretasikan melalui analisis statistik. 1 Penelitian kuantitatif ini ditujukan untuk melihat pengaruh gaya identitas terhadap celebrity

worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. 3.2. Variabel Penelitian Variabel penelitian yaitu suatu karakteristik atau kondisi tertentu yang dimiliki tiap individu yang dapat berubah dan memiliki nilai berbeda (Gravetter & Forzano, 2018). 1

4 5 16 Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu celebrity worship sebagai Dependent Variable (DV) dan gaya identitas sebagai Independent Variable (IV).

1 5 3.2 1. Definisi Operasional Variabel Celebrity Attitude Scale

(CAS) Definisi operasional Celebrity Worship yaitu diartikan sebagai skor total dari alat ukur Celebrity Attitude Scale (CAS). CAS mengukur 3 dimensi, yaitu entertainment-social, intense-personal, dan borderline-pathological (McCutcheon et al., (sebagaimana dikutip dalam Brooks, 2018). CAS akan menggambarkan bahwa jika semakin tinggi skor CAS berarti semakin tinggi celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop.

Hal yang sama berlaku sebaliknya, apabila semakin rendah skor CAS, berarti semakin rendah tingkat celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. 3.2.2. Definisi Operasional Variabel Identity Styles

Inventory-5 (ISI-5) Definisi operasional gaya identitas yaitu sebagai skor dari gaya identitas informational style, normative style, serta diffusive-avoidant style pada alat ukur Identity Styles Inventory-5 (ISI-5). ISI-5 mengukur 3 gaya, yaitu normative style, diffusive-avoidant style dan

informational style (Berzonsky sebagaimana dikutip dalam Czyżowska, 2022). Pada ISI-5, akan menggambarkan bahwa jika semakin tinggi skor pada suatu gaya, berarti semakin tinggi suatu gaya identitas yang diterapkan pada emerging adulthood penggemar K-Pop. 3.3. Populasi dan Sampel Populasi yaitu satu kumpulan orang yang dianggap oleh peneliti menjadi suatu hal yang menarik, walaupun pada penelitian tidak mengikutsertakan keseluruhan populasi, tetapi hasil penelitian yang ada dapat dijadikan generalisasi untuk seluruh populasi (Gravetter & Forzano, 2018). Peneliti menggunakan populasi penelitian yaitu penggemar K-Pop pada tahap emerging adulthood. Emerging adulthood adalah perkembangan periode akhir dari masa remaja dengan fokus pada usia 18-25 tahun (Arnett, 2000). 12 Selain itu, penggemar K-Pop adalah individu yang melakukan aktivitas seperti menonton, membaca, mendengarkan, mempelajari, serta mengikuti perkembangan dari selebriti idola mereka (McCutcheon et al., 2002). 26 Di Indonesia sendiri, belum ada data pasti terkait jumlah keseluruhan penggemar K-Pop. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk mencari gambaran keseluruhan penggemar K-Pop melalui akun penggemar terbanyak di Instagram yang terhitung pada tanggal 2023 seperti yang ada pada tabel 3.1. Peneliti memakai data dari pengikut Instagram dikarenakan Instagram menjadi media sosial yang paling sering dipakai para penggemar K-Pop dalam melakukan interaksi dengan komunitas penggemar mereka (Dihni, 2022). Tabel 3. 1 Pengikut Grup dan Solois K-pop di Instagram

Nama akun fanbase Instagram	Jumlah Followers Solois
@iu_indonesia	44.400
@zona.somi	7.458
Boygroupp @army_indonesiaa	174.000
@nct_indonesia	163.000
Girlgroup @blackpinkblinkindo	265.000
@twiceinfonesia	97.800
Total	751.658

58 Apabila didasarkan pada tabel 3.1, dapat dilihat jika total keseluruhan followers pada akun fanbase adalah sebanyak 751.658. Maka, jika mengacu terkait tabel populasi yang disusun oleh Isaac & Michael, jika total populasi yang diperuntukkan di penelitian melebihi 750.000 dengan tingkat kesalahan 5%, maka total sampel yang akan dipakai pada penelitian yaitu sebesar 348 subjek. 1 Penelitian ini memakai metode pengambilan sampel nonprobability sampling , atau metode pengambilan sampel

yang diambil didasarkan oleh kemudahan pengambilan data, tetapi tetap menjaga keterwakilan sampel terhadap populasi dan menghindari bias (Gravetter & Forzano, 2018). Metode sampling dari nonprobability sampling yang digunakan yaitu convenience sampling, atau dengan memilih individu yang mudah untuk didapatkan serta bersedia untuk sebagai partisipan dalam penelitian.

Karakteristik partisipan untuk penelitian ini yaitu penggemar K-Pop

berusia 18 sampai dengan 25 tahun. 3.4. **6** Instrumen Penelitian Alat ukur pada

penelitian ini memakai Celebrity Attitude Scale (CAS) yang dikembangkan

oleh (McCutcheon et al., 2021) dan telah diadaptasi oleh (Tresna et

al., 2021) untuk mengukur celebrity worship. Sedangkan alat ukur yang dipakai

untuk mengukur gaya identitas adalah Identity Styles Inventory -5 (ISI-5)

yang dikembangkan Berzonsky et al., (2013) dan telah diadaptasi oleh

Muttaqin (2021). 3.4.1. Deskripsi Instrumen 3.4.1.1 Deskripsi Instrumen

Celebrity Attitude Scale (CAS) Peneliti memakai kuesioner yang telah

dikembangkan oleh McCutcheon et al., (2021) untuk mengukur tingkat

celebrity worship. Selain itu, CAS sudah di adaptasi ke dalam bahasa

Indonesia oleh (Tresna et al., 2021). Penelitian itu menghasilkan bahwa

reliabilitas pada dimensi entertainment-social yaitu 0,797, pada dimensi

intense-personal sebesar 0,820 dan dimensi borderline-pathological memiliki

koefisien reliabilitas dengan nilai 0,502. Pada dimensi

borderline-pathological, memiliki koefisien cenderung lebih rendah

dikarenakan menjadi dimensi yang paling pendek diantara ketiga dimensi yang lain.

23 Pada uji validitas menggunakan Content Validity Ratio (CVR) dengan

hasil 0,890. (Tresna et al., 2021). Di samping itu, penelitian Tresna et

al., (2021) adalah penelitian yang spesifik kepada girl-group K-pop, maka

dilakukan perubahan atau penghapusan pada kata "girl group k-pop menjadi "artis

K-pop". Contoh: pernyataan awal "Jika saya bertemu langsung dengan girl

group k-pop favorit saya, mereka pasti sudah tahu bahwa saya adalah penggemar beratnya

; diubah menjadi "Jika saya bertemu langsung dengan artis k-pop favorit

saya, mereka pasti sudah tahu bahwa saya adalah penggemar beratnya. Alat ukur ini

mempunyai 22 aitem favorable dengan 3 dimensi, yaitu entertainment- social

, intense-personal , serta borderline-pathological McCutcheon et al., (sebagaimana dikutip dalam Brooks, 2018). Contoh aitem dalam alat ukur ini adalah “Saya dan teman-teman saya suka membicarakan tentang apa yang dilakukan oleh artis K-Pop favorit saya **3 5 8 18** Instrumen CAS menggunakan skala likert dalam skoringnya mempunyai rentang pilihan (1) **2** “ Sangat Tidak setuju **3 5 8 18** , (2) “ Tidak Setuju”, (3) “Netral”, (4) “Setuju”, (5) “Sangat Setuju”. Skoring akan menggambarkan bahwa semakin meningkat total skor CAS, berarti tingkat celebrity worship bertambah tinggi tingkat, dan sebaliknya semakin rendah skor CAS berarti semakin rendah tingkat celebrity worship yang dimiliki.

Untuk blueprint sebaran aitem CAS yang sudah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Tresna et al., (2021) ada pada Tabel 3.2. Tabel 3.2

Blue Print Celebrity Attitude Scale (CAS)	Kategori	Aitem	Nomor	Aitem
Jumlah Aitem Entertainment social	4, 6, 9, 13, 15, 18, 21, 22	8		
Intense-personal	1, 2, 3, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 14, 19	11		
Borderline pathological	16, 17, 20	3	Total	22

3.4.1.2 Deskripsi Instrumen Identity Styles Inventory-5 (ISI-5) Berzonsky et al., (2013)

Peneliti menggunakan alat ukur Identity Styles Inventory -5 (ISI-5) yang dikembangkan oleh Berzonsky et al., (2013) dan sudah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Muttaqin, (2021) untuk mengukur gaya identitas. Muttaqin (2021) sudah melakukan adaptasi ISI-5 ke dalam bahasa Indonesia melalui melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan responden remaja berusia 17-21 tahun. Penelitian tersebut menghasilkan bahwa reliabilitas ISI-5 pada versi Indonesia memiliki koefisien alpha diatas 0,7 untuk ketiga gayanya. Alat ukur ini terdiri dari 27 aitem dengan 3 gaya, yaitu informational style (gaya informatif), normative style (gaya normatif), dan diffusive-avoidant style (gaya menunda- menghindari) (Berzonsky et al., 2013). Contoh aitem dalam alat ukur ini adalah “ketika membuat keputusan penting, saya memerlukan banyak waktu untuk memikirkan berbagai pilihan. Respon pada ISI-5 menggunakan skala likert dalam skoringnya yang memiliki 5 pilihan, yaitu (1) “Sama Sekali Tidak Seperti Saya , (2) “Tidak Seperti Saya , (3) “Netral”, (4) “Agak Seperti Saya”, (5) “Sangat Mirip Seperti Saya . Pada alat ukur

ini tidak ada total skor keseluruhan. Maka, dalam melakukan skoring, dilakukan dengan menjumlahkan skor pada masing-masing gaya. Skor untuk gaya informatif dihitung dengan menjumlahkan/merata-ratakan butir dari dimensi informatif. Begitu pula untuk menghitung gaya normatif dan gaya menunda-menghindar (Muttaqin, 2021). Sebaran aitem pada instrumen ISI-5 terdapat di tabel 3.3. Tabel 3. 3 Blue Print Identity Styles

Inventory-5 (ISI-5) Kategori Aitem Nomor Aitem Jumlah Aitem Informative Style 1, 6, 8, 10, 15, 17, 19, 22, 26 9 Normative Style 2, 4,

9, 11, 13, 18, 20, 23, 27 9 Diffuse-Avoidance Style 3, 5, 7, 12,

14, 16, 21, 24, 25 9 Total 27 3.4.2. Pengujian Psikometri Peneliti

menjalankan uji psikometri terhadap alat ukur yang telah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia yaitu CAS (Tresna et al., 2021) dan ISI-5 (Muttaqin, 2021) dalam tujuan mengetahui nilai reliabilitas serta validitas dari alat ukur yang digunakan. Nilai reliabilitas didasarkan pada konsistensi yang ada pada alat ukur (Cohen et al., 2018). Peneliti melakukan uji psikometri kepada 80 responden melalui kuisisioner online,

yaitu Google Form . Peneliti menggunakan JASP versi 0.18.3.0 dalam melakukan pengujian reliabilitas serta validitas, pada alat ukur ISI-5 dan CAS yang akan deskripsikan sebagai berikut: 3.4.2.1 Celebrity Attitude Scale (CAS) 1. Uji Reliabilitas Alat Ukur Celebrity Attitude Scale (CAS) Peneliti untuk mengukur reliabilitas Celebrity Attitude Scale (CAS) menggunakan coefficient alpha (cronbach's alpha) yang sudah diadaptasi oleh (Tresna et al., 2021). Hasil dari koefisien reliabilitas alat ukur CAS sebesar 0,919, menunjukkan bahwa koefisien internal consistency dengan Error Content Sampling = 0,092. Menurut Shultz et al., (2014), alat ukur dapat dinyatakan memenuhi tingkat reliabilitas jika koefisien reliabilitasnya memiliki nilai $\geq 0,7$. Maka, alat ukur Celebrity Attitude Scale (CAS) yang sudah diadaptasi oleh (Tresna et al., 2021) dapat dikatakan reliabel. 2. Uji Validitas Alat Ukur Celebrity Attitude Scale (CAS) Pada penelitian ini, menggunakan pengujian validitas yaitu construct validity. Construct validity memiliki tujuan melihat seberapa jauh alat

ukur yang digunakan bisa menghitung konstruk teoritis yang akan diukur pada penelitian. Construct validity bisa dilihat melalui penghitungan korelasi skor antar aitem serta skor total antar aitem pada masing-masing dimensi (Shultz et al., 2014). Untuk melihat korelasi antara aitem dan skor total antar aitem per-dimensi, peneliti menggunakan Pearson's.

Tabel 3.4 adalah hasil dari pengujian validitas untuk alat ukur CAS. Tabel 3. 4 Uji Validitas Celebrity Attitude Scale (CAS) Aitem ES

4 ES 6 ES 9 ES 13 ES 15 ES 18 ES 21 ES 22 ES 4 — ES 6

0,213 — ES 9 0,448 0,391 — ES 13 0,559 0,606 0,457

— ES 15 0,289 0,500 0,473 0,367 — ES 18 0,418 0,396

0,496 0,595 0,314 — ES 21 0,500,170,408 0,304 0,325

0,317 — ES 22 0,468 0,468 0,584 0,517 0,568 0,528

0,508 — TOTAL ES 0,691* 0,671* 0,719* 0,773* 0,685* 0,69

8* 0,634* 0,811* 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 0,412 — IP

3 0,433 0,314 — IP 5 0,421 0,286 0,367 — IP 7 0,35

5 0,214 0,231 0,353 — IP 8 0,308 0,322 0,467 0,433

0,387 — IP 10 0,379 0,260,499 0,390,349 0,414 — IP

11 0,348 0,373 0,474 0,375 0,398 0,574 0,491 — IP

12 0,337 0,367 0,456 0,194 0,117 0,343 0,303 0,278

— IP 4 0,372 0,305 0,497 0,570,261 0,656 0,508 0,51

1 0,527 — IP 19 0,261 0,255 0,626 0,383 0,128 0,658

0,427 0,436 0,564 0,748 — TOTAL IP 0,631* 0,556* 0,72

7* 0,643* 0,524* 0,748* 0,686* 0,715* 0,610* 0,802*

0,736* Aitem BP 16 BP 17 BP 20 BP 16 — BP 17 0,321 — BP

20 0,509 0,405 — TOTAL BP 0,768* 0,728* 0,840* Keterangan:

ES: Entertainment-Social IP: Intense-Personal BP: Borderline-Pathological

*p<0,001 **p<0,005 Sesuai dengan tabel 3.5 dapat dilihat jika koefisien

korelasi skor yang ada antara tiap aitem dimensi Entertainment-Social

mempunyai rentang skor sebesar 0,170 – 0,595. Rentang dimensi Intense-Personal

sebesar 0,117 – 0,748, dan pada dimensi Borderline- Pathological

, mempunyai rentang skor yaitu 0,321 - 0.509. Dari hasil tersebut dapat dilihat jika koefisien korelasi antara aitem pada masing-masing dimensi mempunyai skor yang signifikan. Selain itu, korelasi skor total dengan aitem masing-masing dimensi mempunyai skor yang baik dengan nilai 0,524 – 0,840 $p > 0,001$. Dengan adanya hal tersebut, menunjukkan bahwa alat ukur CAS terbukti valid, dikarenakan tiap aitem dapat mengukur dimensi-dimensi CAS pada individu.

3. Analisis Aitem Alat Ukur Celebrity Attitude Scale (CAS) Pada penelitian ini dilakukan analisis aitem alat ukur CAS pada seluruh aitem, yaitu 22 aitem dengan menganalisis item rest correlation pada aplikasi JASP 0.18.3. Aitem yang dapat dikatakan baik, yaitu jika mempunyai standar minimal 0,25 (Azwar, 2012). Hasil analisis aitem pada alat ukur CAS yaitu memiliki rentang 0,406 – 0,715 yang ada pada tabel 3.6 Oleh karena itu, persyaratan telah terpenuhi bahwa alat ukur CAS dikatakan sebagai aitem yang baik melalui pengujian pertama.

Item	Item-rest correlation
IP 1	0,550
IP 12	0,476
IP 2	0,418
ES 13	0,658
IP 3	0,658
IP 14	0,715
ES 4	0,446
ES 15	0,604
IP 5	0,616
BP 16	0,695
ES 6	0,573
BP 17	0,406
IP 7	0,457
ES 18	0,433
IP 8	0,621
IP 19	0,627
ES 9	0,494
BP 20	0,541
IP 10	0,659
ES 21	0,515
IP 11	0,681
ES 22	0,562

Keterangan: ES: Entertainment-Social IP: Intense-Personal BP: Borderline-Patological

3.4.2.1 Identity Styles Inventory -5 (ISI-5)

1. Uji Reliabilitas Alat Ukur Identity Styles Inventory -5 (ISI-5)

Peneliti untuk mengukur reliabilitas Identity Styles Inventory-5 (ISI-5) menggunakan coefficient alpha (cronbach's alpha) yang sama dengan penghitungan reliabilitas pada CAS. Hasil koefisien reliabilitas alat ukur ISI-5 yang ada pada tabel 3.7, pada gaya informatif untuk pengujian pertama adalah sebesar 0,710. Untuk gaya normatif adalah 0,814, dan pada gaya menghindar-menunda adalah 0,801. Setelah adanya eliminasi aitem, nilai reliabilitas pada gaya informatif meningkat menjadi 0,772 dan tidak ada perubahan untuk gaya normatif dan menghindar-menunda. Menurut Shultz et

al., (2014), alat ukur dapat dinyatakan memenuhi tingkat reliabilitas jika koefisien reliabilitasnya memiliki nilai $\geq 0,7$. **1** Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pengujian kedua yang dilakukan pada alat ukur ISI-5 lebih baik. Maka, alat ukur Identity Styles Inventory-5 (ISI-5) yang sudah diadaptasi oleh Muttaqin (2021) dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3. 6 Cronbach Alpha Identity Style Inventory-5 (ISI-5) Estimate Cronbach's α Sebelum analisis aitem Cronbach's α Setelah analisis aitem

Informational style (Inf) 0,710
 0,772 Normative style (Nrm) 0,814 0,814 Diffuse-Avoidance style (Mm) 0,801

2. Uji Validitas Alat Ukur Identity Styles Inventory-5 (ISI-5)

Untuk menghitung pengujian Validitas yaitu construct validit y, prosedur penghitungan sama seperti yang dilakukan pada penghitungan uji validitas CAS.

Tabel 3. 7 Uji Validitas Identity Style Inventory -5 (ISI-5)

Aitem INF 1 INF 6 INF 8 INF 10 INF 15 INF 17 INF 19 INF 22
 INF 26 INF 1 — INF 6 0,172 — INF 8 0,093 0,282 — INF 10
 0,231 0,495 0,548 — INF 15 0,080 0,506 0,329 0,441 — INF 17 0,016
 0,317 0,389 0,135 0,214 — INF 19 0,312 0,554 0,328 0,514 0,302 0,367
 — INF 22 -0,018 0,334 0,053 0,295 0,283 0,079 0,195 — INF 26
 -0,160 0,016 0,284 0,104 -0,087 0,210 0,128 -0,113 — TOTAL INF 0,363
 * 0,714 * 0,657* 0,739* 0,585* 0,553* 0,729* 0,402 * 0,298** Aitem
 NRM 2 NRM 4 NRM 9 NRM 11 NRM 13 NRM 18 NRM 20 NRM 23 NRM
 27 NRM 2 — NRM 4 0,454 — NRM 9 0,530 0,700 — NRM 11 0,267
 0,417 0,381 — NRM 13 0,591 0,469 0,462 0,334 — NRM 18 0,488 0,224
 0,277 0,031 0,375 — NRM 20 0,065 0,390 0,418 0,575 0,237 0,134 —
 NRM 23 0,412 0,347 0,389 0,117 0,295 0,498 0,297 — NRM 27 0,238
 0,258 0,298 0,599 0,247 0,007 0,250 -0,017 — TOTAL NRM 0,671* 0,736*
 0,774* 0,676* 0,670* 0,504* 0,626* 0,568 * 0,518* Aitem MM 3 MM 5
 MM 7 MM 12 MM 14 MM 16 MM 21 MM 24 MM 25 MM 3 — MM 5
 0,375 — MM 7 0,360 0,412 — MM 12 0,376 0,473 0,559 — MM 14
 0,304 0,302 0,137 0,316 — MM 16 0,296 0,201 0,142 0,225 0,336 — MM
 21 0,620 0,288 0,286 0,426 0,356 0,356 — MM 24 0,251 0,219 0,372
 0,326 0,222 0,316 0,189 — MM 25 0,213 0,269 0,199 0,342 0,327 0,323

0,187 0,348 — TOTAL MM 0,661* 0,623* 0,619* 0,722* 0,595* 0,573*
 0,645* 0,584 * 0,588* Keterangan: INF: Informatif style NRM: Normative
 style MM: Diffuse Avoidance Style * $p < 0,001$ ** $p > 0,05$ Apabila dilihat pada
 tabel 3.7, koefisien korelasi skor yang ada antar tiap aitem pada gaya
 identitas informational style mempunyai rentang skor sebesar -0,160 – 0,554
 . Rentang gaya identitas normative style sebesar -0,017 – 0,700, dan pad
 a gaya identitas diffuse-avoidance style mempunyai rentang skor yaitu
 0,137- 0,620. Dari hasil tersebut dapat dilihat apabila koefisien korelasi
 yang ada pada antar aitem masing-masing dimensi mempunyai skor yang
 signifikan. Selain itu, korelasi yang ada pada antara skor total dengan
 aitem masing-masing dimensi mempunyai nilai yang baik yaitu sebesar 0,298
 – 0,774 $p < 0,001$ kecuali pada aitem 26 yang memiliki $p > 0,05$. Maka dar
 i itu, bisa dikatakan jika alat ukur ISI-5 terbukti valid, dikarenakan
 tiap aitem dapat mengukur dimensi-dimensi ISI-5 pada individu kecuali pada

26. 3. Analisis Aitem Alat Ukur Identity Styles Inventory -5

(ISI-5) Peneliti melakukan analisis item pada alat ukur Identity Styles
 Inventory-5 (ISI-5) , A nalisis item kepada 27 aitem melalui cara
 melihat aitem rest correlation seperti yang dilakukan pada analisis aitem
 alat ukur CAS. Hasil analisis aitem pertama didapatkan bahwa rentang
 nilai yaitu 0,077 – 0,683 yang terdapat di tabel 3.8. Namun, terdapa
 t dua aitem yang harus dieliminasi. Aitem tersebut yaitu aitem 1 dan
 26. Setelah aitem dieliminasi, maka analisis aitem menghasilkan rentang
 nilai 0,293 – 0,683 ada pada tabel 3.9. Oleh karena itu, jika didasarka
 n pada hasil tersebut maka pengujian yang dilakukan pada kali kedua lebih baik.

1 5 Alat

ukur ISI-5 telah memenuhi persyaratan sebagai aitem yang baik. Tabel 3. 8 Analisis

Aitem Identity Style Inventory-5 (ISI-5) Aitem Item-rest correlation Sebelum

Sesudah INF 1 0,141 - INF 6 0,600 0,639 INF 8 0,524 0,488 INF 10

0,623 0,615 INF 15 0,446 0,520 INF 17 0,373 0,362 INF 19 0,622

0,579 INF 22 0,221 0,293 INF 26 0,077 - NRM 2 0,572 0,572 NRM 4

0,646 0,646 NRM 9 0,683 0,683 NRM 11 0,548 0,548 NRM 13 0,577

0,577 NRM 18 0,363 0,363 NRM 20 0,468 0,468 NRM 23 0,438 0,438 NRM

27 0,366 0,366 MM 3 0,552 0,552 MM 5 0,504 0,504 MM 7 0,483

0,483 MM 12 0,615 0,615 MM 14 0,451 0,451 MM 16 0,430 0,430 MM 21

0,535 0,535 MM 24 0,446 0,446 MM 25 0,437 0,437 Keterangan: INF:

Informatif style NRM: Normative style MM: Diffuse Avoidance Style 3.5. **1 10** Teknik

Analisis Data Teknik analisis data yang dijalankan pada penelitian ini adalah uji regresi linear sederhana yang ditujukan dalam mengidentifikasi pengaruh masing-masing gaya identitas terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. **1** Di samping itu, uji regresi linear dijalankan oleh peneliti agar mendapatkan hasil terkait besaran pengaruh yang ada dari variabel independen pada variabel dependen (Gravetter & Forzano, 2018).

1 22 Di samping itu, sebelum melakukan pengujian hipotesis, uji asumsi perlu terpenuhi terlebih dahulu. **1** Peneliti melaksanakan uji asumsi dengan uji normalitas, linearitas, indenpendensi error, serta homogenitas (Field & Wilcox;

1 Gelman & Hill, sebagaimana dikutip dalam Field, 2013). Pada penelitian ini, uji regresi linear sederhana dihitung melalui JASP 0.18.3.0. 3.6. Prosedur Penelitian Beberapa langkah yang peneliti lakukan dalam menjalankan penelitian ini, yaitu: a. Peneliti melaksanakan penyebaran kuisisioner yang dijalankan dari bulan April sampai dengan bulan Mei 2024 melalui kuisisioner online , yaitu Google Forms untuk menyebarkan kuesioner alat ukur ISI-5 dan CAS untuk mendapatkan responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Penyebaran kuisisioner dibagikan kepada emerging adulthood penggemar K-Pop. Selain itu, penyebaran kuisisioner dibagikan lewat media sosial seperti whatsapp, line , serta instagram . b. **1** Peneliti memilah data dengan melakukan eliminasi terkait responden yang tidak sesuai dengan kriteria penelitian yang sudah ditentukan. c. Peneliti melakukan skoring serta mengolah data yang sudah didapat melalui Microsoft Excel. d. Peneliti menjalankan uji normalitas, linearitas, indenpendensi error, serta homogenitas menggunakan aplikasi, yaitu JASP. Langkah ini ditujukan agar dapat diketahui apakah uji asumsi yang dilakukan pada penelitian ini terpenuhi. e. Peneliti melakukan analisis tambahan melalui uji regresi terhadap faktor lain dan uji regresi terhadap setiap gaya identitas

terhadap setiap dimensi celebrity worship untuk melengkapi hasil penelitian. **7 9 15 29**

BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN 4.1. 15 Gambaran Umum Subjek Penelitian

Penelitian ini memakai responden yaitu penggemar K-Pop dengan usia 18 sampai dengan 25 tahun.

Data demografis yang didapatkan oleh peneliti mencakup usia, jenis kelamin, status pekerjaan, selebriti K-Pop yang disukai, serta durasi lama menyukai K-Pop. Peneliti melakukan pengambilan data melalui kuisiioner Google Formulir dan didistribusi menggunakan platform Kudata , X , Whatsapp, Line, Tiktok, dan Instagram. Peneliti mengumpulkan data melalui GForm yang dilaksanakan mulai pada April 2024 sampai dengan bulan Mei 2024. Setelah data terkumpul, didapatkan sebanyak 427 orang mengisi kuisiioner untuk penelitian ini. Tetapi, 24 orang yang berpartisipasi tidak memenuhi kriteria yang dibutuhkan, seperti tidak berusia 18-25 tahun . Data responden yang dapat digunakan berjumlah 403 responden penggemar K-Pop dengan usia 18-25 tahun.

4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Data Demografis Peneliti memperoleh berbagai macam hasil data demografis dikarenakan adanya perbedaan karakteristik dari tiap-tiap responden. **2** Pada tabel 4.1 dijelaskan terkait data demografis responden.

Penelitian ini, mayoritas responden memiliki usia 21 tahun (21.59%) dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 356 responden (88,34%). Selain itu, sebanyak 243 responden (60,30%) belum pernah atau tidak sedang bekerja. 260 responden (64,52%) memiliki durasi menyukai K-Pop lebih dari 3 tahun. Tabel 4. 1 Gambaran Subjek Berdasarkan Data Demografis (N=403) Variabel Frekuensi Presentase

Usia (tahun)	18	40	9,93%	19	36	8,93%	20	57	14,14%	21	87	21,59%	22	70	17,37%	23	35	8,68%	24	33	8,19%	25	45	11,17%
Jenis Kelamin	Laki-laki	47	11,66%	Perempuan	356	88,34%																		
Status Pekerjaan	Belum/Tidak Bekerja	243	60,30%	Sudah/Pernah Bekerja	160	39,70%																		
Durasi Menyukai K-Pop (tahun)	< 1	29	7,20%	1 – 2	61	15,14%	2 – 3	53	13,15%	Lebih dar	i 3	260	64,52%											

4.2. Analisis Hasil Statistik Deskriptif 4.2 **2** 1. Gambaran Variabel Celebrity Worship Responden Penelitian Nilai mean teoritik, mean empirik, standar deviasi, skor minimum, serta maksimum dapat digunakan untuk melihat gambaran variabel dari tiap-tiap dimensi celebrity worship . Penghitungan dari

data-data tersebut terdapat pada tabel 4.2. Tabel 4. 2 Gambaran Variabel Celebrity Worship Variabel & Dimensi Mean Teoritik Mean Empirik Standar Deviasi Minimum Maksimum Skor Total celebrity worship 66 75,129 15,228 28 110 Entertainment-Social 24 32,762 5,392 9 40 Intense- Personal 33 34,519 9,268 11 55 Borderline- Pathologica l 9 7,849 3,113 3 15 Pada tabel 4.2 memperlihatkan apabila variabel celebrity worship memiliki hasil mean empirik ($M=75,129$), skor tersebut lebih besar dibandingkan mean teoritik ($M=66$). Pada dimensi entertainment-social , mean teoritik ($M=24$) lebih kecil daripada mean empirik ($M=32,762$) dengan selisih sebesar 9,129. Selisih tersebut juga bernilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ($SD=5,392$). Hal tersebut menggambarkan bahwa mayoritas subjek mempunyai kecenderungan celebrity worship pada dimensi entertainment-social yang cukup tinggi atau sering mencari informasi terkait selebriti dan menjadikan hal tersebut sebagai sarana hiburan. Selain itu, nilai minimum 9 dan nilai maksimum 40 yang menandakan responden pada dimensi ini memiliki variasi data dengan rentang yang cukup jauh. Selanjutnya pada variabel intense-personal , mean empirik ($M=34,519$) lebih tinggi dibandingkan mean teoritik ($M=33$). Selisih tersebut sebesar 1,519 dan lebih kecil dari nilai standar deviasi ($SD=9,268$). Hal tersebut menggambarkan bahwa responden tidak terlalu memiliki kecenderungan untuk memiliki rasa yang lebih dalam pada idola mereka. Selain itu, pada dimensi borderline-pathological juga menghasilkan hal yang sama, bahwa selisih mean empirik ($M=7,849$) dan mean teoritik ($M=9$) sebesar 1,151 lebih kecil daripada nilai standar deviasi ($SD=3,113$). Maka hal tersebut menggambarkan bahwa responden kurang memiliki kecenderungan untuk melakukan segala hal demi idola mereka.

2 4.2 2 2. Gambaran Variabel Gaya Identitas Responden Penelitian Nilai mean teoritik, mean empirik, standar deviasi, skor minimum, serta maksimum dapat digunakan untuk melihat gambaran variabel dari tiap-tiap gaya identitas. Penghitungan dari data- data tersebut terdapat pada tabel 4.3. Tabel 4. 3 Gambaran Variabel Gaya Identitas Gaya Mean Teoritik Mean Empirik Standar Deviasi Minimum Maksimum



Informatif 21 29,643 3,284 17 35 Normatif 27 32,052 5,038 21 45

Menunda- Menghindar 27 26,993 7,012 9 45 Pada tabel 4.3 menunjukkan jika gaya identitas informational style mempunyai nilai mean empirik ($M=29,643$), yang lebih tinggi daripada nilai mean teoritik ($M=21$) dengan perbedaan jumlah sebesar 8,643. Selain itu, selisih tersebut lebih besar daripada standar deviasi ($SD=3,284$). Hal tersebut menandakan bahwa subjek memiliki kecenderungan untuk mengeksplorasi pilihan identitas mereka dan lebih memperluas pengetahuan tentang diri sendiri. Pada gaya identitas normative style juga didapatkan bahwa nilai mean empirik ($M=32,052$), lebih tinggi dari nilai mean teoritik ($M=27$) dengan perbedaan nilai sebesar 5,052. Hal tersebut mengartikan bahwa subjek memiliki kecenderungan untuk memproses masalah identitas yang mereka miliki secara otomatis, menginternalisasi keyakinan dan nilai orang lain, serta mengikuti norma yang ditetapkan. Di samping itu, pada gaya identitas diffuse-avoidance style menghasilkan mean empirik ($M=26,993$), skor tersebut lebih kecil daripada mean teoritik ($M=27$) yang dimiliki. Selisih sebesar 0,007 tersebut lebih kecil dari nilai standar deviasi ($SD=7,012$) yang menggambarkan bahwa responden juga cenderung untuk menunda pengambilan keputusan terkait identitas mereka. Selain itu, nilai minimum pada dimensi menunda-menghindar adalah 9 dan nilai maksimum adalah 45. yang menandakan responden pada dimensi ini memiliki variasi data dengan rentang yang cukup jauh.

4.3. Uji Asumsi

4.3.1 Normalitas Peneliti melakukan uji normalitas yang memiliki tujuan melakukan penentuan pengukuran korelasi yang akan digunakan. Data yang memiliki signifikansi $> 0,05$ berarti memiliki distribusi yang normal (Coolican, 2019) . Hasil uji normalitas pada dependen variabel yaitu celebrity worship yang dilakukan menggunakan Shapiro-Wilk menghasilkan data terdistribusi normal ($W=0,993$, $p=0,075$) .

4.3.2. Linearitas Uji Linearitas dilakukan melalui analisis dari QQ Plot standardized residual . Hasil uji linearitas terpenuhi apabila menghasilkan titik dari data yang dimiliki berkelompok atau tersusun di dekat garis lurus (Gravetter & Forzano, 2018). Pada gambar 4.1, 4.2,

dan 4.3 adalah uji linearitas pada tiap gaya identitas terhadap celebrity worship . Pada penelitian ini semua gaya identitas terhadap celebrity worship menghasilkan titik-titik yang memiliki kecenderungan berkelompok dan tersusun berada di dekat dengan garis. Oleh karena itu, dapat dikatakan jika variabel gaya identitas informational style, normative style, serta diffuse-avoidance style terhadap celebrity worship mempunyai hubungan yang linear. Gambar 4. 1 QQ Plots Uji Linearitas Gaya Identitas Informational Style dan Celebrity Worship Gambar 4. 2 QQ Plots Uji Linearitas Gaya Identitas Normative style dan Celebrity Worship Gambar 4. 3 QQ Plots Uji Linearitas Gaya Identitas Diffuse-Avoidance style dan Celebrity Worship

4.2.3. Independensi Error Pada suatu penelitian, diperlukan bahwa nilai error tidak memiliki hubungan satu sama lain (Field & Wilcox; Gelman & Hill, sebagaimana dikutip dalam Field, 2013) yang dihitung memakai Durbin-Watson test . Hasil pada penelitian ini untuk gaya identitas informational style dan celebrity worship yaitu $(d)=1,825$, $p=0,078$. Sedangkan untuk normative style dan celebrity worship memiliki nilai $(d)=1,908$, $p=0,349$. Pada diffuse-avoidance style dan celebrity worship $(d)=1,926$, $p=0,452$. Apabila dilihat dari nilai yang dihasilkan, menyatakan bahwa tidak ada hubungan error antar variabel. Hal tersebut dikarenakan apabila menghasilkan nilai dengan rentang antara 1 sampai dengan 3 memastikan bahwa tidak terdapat hubungan antara error yang terjadi (Field, 2017). Oleh karena itu, bahwa asumsi dari independensi error telah terpenuhi.

4.2.4. Homoskedastisitas Uji homoskedastisitas dilihat melalui hasil dari pengujian scatter plot antara predicted values dan errors . Jika titik pada scatter plot akan menyusun bentuk seperti corong, hal tersebut menggambarkan jika data yang dimiliki tidak mempunyai homoskedastisitas, maka pengujian homoskedastisitas belum terpenuhi (Goss-Sampson, 2022). Pada gambar 4.4, 4.5, dan 4.6 memperlihatkan penghitungan uji homoskedisitas gaya identitas informational style, normative style, dan diffuse-avoidance style terhadap celebrity worship. Pada ketiga gambar tersebut memperlihatkan bahwa adanya

kecenderungan menyebar maupun tidak tersusun sebagai suatu pola khusus, dan mendapat kesimpulan bahwa uji homoskedastisitas pada penelitian ini terpenuhi. Oleh karena itu, uji homoskedastisitas pada penelitian ini terpenuhi. Gambar 4. 4 Scatter Plots Uji Homoskedastisitas Gaya Identitas Informational Style dan Celebrity Worship Gambar 4. 5 Scatter Plots Uji Homoskedastisitas Gaya Identitas Normative Style dan Celebrity Worship Gambar 4. 6 Scatter Plots Uji Homoskedastisitas Diffuse-Avoidance Style dan Celebrity Worship

4.4 Uji Hipotesis Peneliti menghitung data dengan pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linear sederhana dikarenakan semua uji asumsi yang dilakukan sudah terpenuhi. Tabel 4.4 memperlihatkan hasil pengujian regresi linear sederhana. Tabel 4. 4 Hasil Uji Asumsi dan Regresi Setiap Hipotesis

Hipotesis	R^2	F	b	β	p
Celebrity Worship (Intercept)	0,020	7,984	55,922	0,648	0,140 < 0,001
Gaya Identitas informative style	0,020	7,984	55,922	0,648	0,005
Celebrity Worship (Intercept)	0,129	59,131	40,396	1,084	0,358 < 0,001 < 0,001
Celebrity Worship (Intercept)	0,097	43,145	56,859	0,677	0,312 < 0,001 < 0,001

4.4.1 Analisis Hipotesis 1 (Uji Regresi Linear Sederhana pengaruh Gaya Identitas Informational-Style terhadap Celebrity Worship) Uji regresi linear sederhana pada hipotesis pertama memperlihatkan apabila gaya identitas informational style berpengaruh signifikan terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop, $R^2 = 0,020$ $F(1, 401) = 7,984$, $p < 0,05$. Hal tersebut dikarenakan Cohen et al., (2018) mengatakan jika R^2 memiliki nilai adalah 0,01 (sekitar 1%) menggambarkan pengaruh yang dihasilkan kecil, jika R^2 memiliki nilai 0,09 (sekitar 9%) menggambarkan bahwa adanya pengaruh sedang, sedangkan apabila R^2 dengan nilai 0,25 (sekitar 25% atau lebih), dapat dikatakan terdapat pengaruh yang besar. Maka, pengaruh pada hipotesis ini termasuk dalam pengaruh yang sedang. Celebrity Worship = $55,922 + 0,648$ (Gaya Identitas Informational Style) Hasil persamaan regresi di atas menyatakan bahwa apabila gaya identitas informative style memiliki nilai 0, maka celebrity worship sebesar 55,922. Tiap kenaikan

satu skor pada gaya identitas informational style maka menyebabkan celebrity worship naik sebanyak 0,648. Oleh karena itu dapat dikatakan jika H0 1 ditolak, artinya gaya identitas informational style berpengaruh signifikan terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop.

4.4.2 Analisis Hipotesis 2 (Uji Regresi Linear Sederhana Gaya Identitas Normative Style terhadap Celebrity Worship)

Uji regresi linear sederhana pada hipotesis pertama memperlihatkan apabila gaya identitas normative style berpengaruh positif signifikan terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop, $R^2 = 0,129$, $F(1, 401) = 59,131$, $p < 0,001$ maka dapat dikatakan pengaruh tersebut termasuk pada kategori yang sedang. Persamaan regresi yang dihasilkan dari hasil uji regresi linear sederhana dibuat seperti berikut: $\text{Celebrity Worship} = 40,396 + 1,084 (\text{Gaya Identitas Normative Style})$ Hasil persamaan regresi di atas menyatakan jika gaya identitas normative style memiliki nilai 0, maka celebrity worship 40,396. Tiap adanya kenaikan satu skor pada gaya identitas normative style maka membuat celebrity worship meningkat sebanyak 1,084. Oleh karena itu dapat dikatakan apabila H0 1 ditolak, sehingga gaya identitas normative style berpengaruh signifikan terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop.

4.4.3 Analisis Hipotesis 3 (Uji Regresi Linear Sederhana Gaya Identitas Diffuse-Avoidance Style terhadap Celebrity Worship)

Uji regresi linear sederhana pada hipotesis pertama memperlihatkan jika gaya identitas menunda-menghindar berpengaruh signifikan terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop, $R^2 = 0,097$ $F(1,401) = 43,145$, $p < 0,01$ maka dapat dikatakan pengaruh tersebut termasuk pada kategori yang sedang. Persamaan regresi yang dihasilkan dari hasil uji regresi linear sederhana dibuat seperti berikut: $\text{Celebrity Worship} = 56,859 + 0,677 (\text{Gaya Identitas Diffuse-Avoidance Style})$ Hasil persamaan regresi di atas menyatakan apabila gaya identitas diffuse-avoidance style memiliki nilai 0, maka celebrity worship sebesar 56,859. Tiap adanya kenaikan satu skor pada gaya identitas diffuse-avoidance style membuat celebrity worship meningkat sebesar 0,677.

Oleh karena itu dapat dikatakan apabila H_0 1 ditolak, sehingga gaya identitas diffuse-avoidance style berpengaruh signifikan terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop.

4.5 Analisis Tambahan

4.5.1 Uji Regresi Gaya Identitas Informational style , Jenis Kelamin, dan Usia terhadap Celebrity Worship

Uji regresi berganda penelitian ini ditujukan untuk melihat pengaruh faktor secara bersama dan melihat faktor-faktor yang berpengaruh pada celebrity worship . Tabel 4.5 merupakan hasil perhitungan uji regresi berganda pengaruh gaya identitas informational style , jenis kelamin, dan usia terhadap celebrity worship yang menunjukkan terdapat peningkatan dari $R^2=0,020$ menjadi $R^2=0,022$, $p=0,031$. Tetapi, jenis kelamin ($b=2,070$, $p=0,380$) dan usia ($b=-0,145$, $p=0,692$) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada celebrity worship .

Variabel	R^2	b	F	p
Intercept	0,022	2,980	0,031	
Gaya Identitas Informational style	0,636	0,006		
Jenis Kelamin	0,207	0,380		
Usia	-0,145	0,692		

a Perempuan = 1, Laki-laki = 0

4.5.1 Uji Regresi Gaya Identitas Normative Style , Jenis Kelamin, dan Usia terhadap Celebrity Worship

Uji regresi berganda selanjutnya yaitu untuk mengetahui pengaruh gaya identitas normative style , jenis kelamin, dan usia pada celebrity worship .

Variabel	R^2	b	F	p
Intercept	0,135	20,700	<0,001	
Gaya Identitas Normative Style	1,099	<0,001		
Jenis Kelamin	3,729	0,093		
Usia	-4,00000	870,999		

a Perempuan = 1, Laki-laki = 0

4.5.1 Uji Regresi Gaya Identitas Diffuse-Avoidance Style , Jenis Kelamin, dan Usia terhadap Celebrity Worship

Uji regresi berganda selanjutnya yaitu untuk mengetahui pengaruh gaya identitas diffuse-

avoidance style , jenis kelamin, dan usia pada celebrity worship . **7** Tabel 4.7 adalah hasil perhitungan uji regresi berganda yang menunjukkan terdapat peningkatan dari $R^2=0,097$ menjadi $R^2=0,104$, $p=<0,001$. Tetapi, jenis kelamin ($b=3,772, p=0,095$) dan usia ($b=0,158, p=0,654$) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada celebrity worship .

Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Gaya Identitas Diffuse-Avoidance Style , Jenis Kelamin, dan Usia terhadap Celebrity Worship Variabel R^2 b F p 0,135 15,383 $<0,001$ (Intercept) 49,670 $<0,001$ Gaya Identitas Diffuse- Avoidance Style 0,694 $<0,001$ Jenis Kelamin a 3,772 0,095 Usia 0,158 0,654 a Perempuan = 1, Laki-laki = 0

4.5.2 Uji Regresi Gaya Identitas Informational style Terhadap Celebrity Worship Dimensi Entertainment-Social Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Sederhana Gaya Identitas Informational style terhadap Celebrity Worship Dimensi Entertainment-Social Hipotesis R^2 F b a p Celebrity Worship Entertainment-Social (Intercept) Gaya Identitas 0,093 41,199 17,903 0,501 0,305 $<0,001$ $<0,001$

Informatif Uji regresi linear sederhana pada analisis tambahan pada tabel 4.8 menunjukkan jika gaya identitas informational style berpengaruh signifikan terhadap celebrity worship dimensi entertainment-social pada emerging adulthood penggemar K-Pop, $R^2 = 0,093$, $F(1, 401) = 41,199$, $p<0,001$. Maka pengaruh termasuk ke dalam kategori sedang. Hal tersebut dikarenakan Cohen et al., (2018) mengatakan jika R^2 memiliki nilai adalah 0,01 (sekitar 1%) menggambarkan pengaruh yang dihasilkan kecil, jika R^2 memiliki nilai 0,09 (sekitar 9%) menggambarkan bahwa adanya pengaruh sedang, sedangkan apabila R^2 dengan nilai 0,25 (sekitar 25% atau lebih), dapat dikatakan terdapat pengaruh yang besar.

Persamaan regresi yang dihasilkan dari hasil uji regresi linear sederhana dibuat seperti berikut: Celebrity Worship dimensi Entertainment-Social = $17,903 + 0,501$ (Gaya identitas informational style) Hasil persamaan regresi di atas menyatakan bahwa apabila gaya identitas informational style memiliki nilai 0, maka celebrity worship dimensi entertainment-social sebesar 17,903. Setiap penambahan satu skor pada gaya identitas informational style maka menyebabkan celebrity worship dimensi entertainment-social naik sebanyak 0,501.

Oleh karena itu, dapat dikatakan apabila gaya identitas informational style berpengaruh signifikan terhadap celebrity worship dimensi entertainment-social pada emerging adulthood penggemar K-Pop.

4.5.3 Uji Regresi Gaya Identitas Normative Style terhadap Celebrity Worship Dimensi Intense-Personal

Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Sederhana Gaya Identitas Normative Style terhadap Celebrity Worship Dimensi Intense-Personal

Hipotesis R^2 F b a p Celebrity Worship Intense-Personal (Intercept) Gaya Identitas Normatif 0,117 53,139 14,348 0,629 0,342 < 0,001 < 0,001 Uji regresi linear sederhana pada analisis tambahan yang ada pada tabel 4.9 menunjukkan jika gaya identitas normative style berpengaruh signifikan terhadap celebrity worship dimensi intense-personal pada emerging adulthood penggemar K-Pop, $R^2 = 0,117$, $F(1, 401) = 53,139$, $p < 0,001$. Maka pengaruh termasuk ke dalam kategori sedang. Persamaan regresi yang dihasilkan dari hasil uji regresi linear sederhana dibuat seperti berikut::

Celebrity Worship dimensi Intense-Personal = $14,348 + 0,629$ (Gaya Identitas Normative Style)

Hasil persamaan regresi di atas menyatakan bahwa apabila gaya identitas normative style mempunyai nilai 0, maka celebrity worship dimensi intense-personal sebesar 14,348. Setiap penambahan satu skor pada gaya identitas normative style maka menyebabkan celebrity worship dimensi intense-personal meningkat 0,629. Oleh karena itu dapat dikatakan apabila gaya identitas normative style berpengaruh signifikan terhadap celebrity worship dimensi intense-personal pada emerging adulthood penggemar K-Pop.

4.5.4 Uji Regresi Gaya Identitas Diffuse-Avoidance Style terhadap Celebrity Worship Dimensi Borderline Pathological

Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Sederhana Gaya Identitas Diffuse-Avoidance Style terhadap Celebrity Worship Dimensi Borderline-Pathological

Hipotesis R^2 F b a p Celebrity Worship Borderline- Pathological (Intercept) Gaya Identitas Menunda- menghindar 0,192 95,432 2,595 0,195 0,438 < 0,001 < 0,001 Uji regresi linear sederhana pada tabel 4.10 ini menunjukkan jika gaya identitas diffuse- avoidance style berpengaruh signifikan terhadap celebrity worship dimensi borderline-pathological pada emerging adulthood penggemar K-Pop, $R^2 = 0,192$

, $F(1, 401) = 95,432, p < 0,001$. Maka pengaruh termasuk ke dalam kategori sedang. Persamaan regresi yang dihasilkan dari hasil uji regresi linear sederhana dibuat seperti berikut: Celebrity Worship dimensi Borderline-Pathological = $2,595 + 0,195$ (Gaya Identitas Diffuse-Avoidance Style) Hasil persamaan regresi di atas menyatakan bahwa apabila gaya identitas normatif mempunyai nilai 0, maka celebrity worship dimensi borderline-pathological sebesar 2,595. Setiap penambahan satu skor pada gaya identitas diffuse-avoidance style maka menyebabkan celebrity worship dimensi borderline-pathological meningkat sebanyak 0,195. Oleh karena itu dapat dikatakan apabila gaya identitas diffuse-avoidance style berpengaruh signifikan terhadap celebrity worship dimensi borderline-pathological pada emerging adulthood penggemar K-Pop.

BAB V PENUTUP 5.1 Kesimpulan

Penelitian yang dijalankan ini ditujukan untuk melihat apakah terdapat pengaruh gaya identitas pada celebrity worship terhadap emerging adulthood penggemar K-Pop. Hasil dari uji regresi pada penelitian ini menghasilkan bahwa adanya pengaruh positif pada gaya identitas informational style, terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. Selain itu, penelitian ini juga menghasilkan bahwa terdapat pengaruh positif pada gaya identitas normative style terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. Lalu, gaya identitas diffuse-avoidance style juga menghasilkan bahwa memiliki pengaruh positif terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. Artinya, apabila emerging adulthood penggemar K-Pop memiliki tingkat gaya identitas informational style, normative style, dan diffuse-avoidance style yang tinggi akan membuat celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop menjadi tinggi. **9 11** Demikian pula sebaliknya, apabila emerging adulthood penggemar K-Pop mempunyai tingkatan yang rendah pada tiap gaya identitas maka akan membuat celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop menjadi semakin rendah pula.

5.2 Diskusi Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh tiap gaya identitas terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. Pada gaya informational style, pengaruh positif dapat dikarenakan

oleh individu dengan gaya identitas ini akan mencoba untuk mencari tahu terkait K-Pop secara lebih lanjut apakah akan relevan untuk mereka. Hal tersebut dikarenakan mereka yang memiliki gaya identitas informational style akan mempunyai kecenderungan untuk terbuka terhadap pengalaman serta mempunyai keinginan untuk mempertimbangkan nilai-nilai dan gagasan yang berbeda dari yang mereka miliki (Berzonsky & Kuk, 2021). Maka, mereka akan mencoba terbuka terhadap tren K-Pop yang sedang digandrungi oleh individu seusia mereka untuk menambah pengalaman yang mereka miliki. Tetapi, pengaruh yang kecil pada gaya identitas informational style yang dihasilkan oleh penelitian ini dapat disebabkan karena individu dengan gaya identitas ini akan lebih mengadopsi hal-hal yang sesuai untuk mereka. Hal tersebut dikarenakan individu dengan gaya ini memiliki karakteristik untuk dapat mengolah serta melakukan evaluasi terhadap informasi-informasi yang relevan untuk diri mereka, serta mereka adalah individu yang rasional (Berzonsky & Kuk, 2021). Hal tersebut juga sejalan dengan hasil uji regresi tambahan yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif gaya identitas informational style terhadap dimensi entertainment-social. Mereka akan dapat mencoba untuk mencari tahu hal-hal terkait K-Pop secukupnya dan hanya hal-hal yang relevan dan rasional bagi mereka. Selain itu, pada dimensi entertainment-social, juga dikatakan bahwa penggemar yang hanya mendengarkan lagu dan menonton video juga sudah dapat dikategorikan sebagai penggemar K-Pop pada dimensi entertainment-social (Tresna et al., 2021). Di samping itu, wawancara yang peneliti lakukan sejalan dengan hal tersebut yang menghasilkan bahwa responden dengan gaya identitas informasional hanya sekedar menjadikan hal-hal terkait K-Pop hanya untuk sebagai sarana hiburan saja dan untuk menambah pengalaman yang mereka miliki tetapi tidak sampai mencari tahu lebih dalam terkait idola-idola K-Pop yang ada. Pada penelitian ini, juga menghasilkan pengaruh positif signifikan gaya identitas normative style terhadap celebrity worship. Hal tersebut dapat disebabkan karena individu dengan gaya identitas normatif style memiliki kemungkinan lebih

besar untuk mengembangkan celebrity worship dikarenakan mereka memiliki karakteristik untuk mengadopsi hal-hal dari orang terdekat mereka terkait berbagai hal tanpa meneliti maupun mengevaluasi hal-hal tersebut lebih dalam (Berzonsky & Kuk, 2021). Hal tersebut juga sesuai dengan karakteristik emerging adulthood atau dewasa awal yang menjadikan masa ini sebagai masa perubahan nilai-nilai yang mereka miliki karena mempunyai keinginan untuk dapat diterima oleh kelompoknya (Hurlock sebagaimana dikutip dalam Karomah, 2018). Hal tersebut juga diiringi dengan mayoritas penggemar K-Pop yaitu individu yang berusia 20-25 tahun yang termasuk pada emerging adulthood atau kelompok usia dewasa awal (Triadanti, 2019). Hal tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh positif signifikan pada gaya identitas normative style terhadap celebrity worship dimensi intense personal. Jika didasarkan pada karakteristik penggemar dengan dimensi intense-personal, mereka akan mencari tahu lebih dalam dan intens terkait kehidupan idolanya (Brooks, 2018). Maka, pengaruh ini dapat dihasilkan oleh individu dengan gaya identitas normatif style emerging adulthood akan mengikuti hal-hal yang disukai oleh kelompoknya dan akan menyebabkan mereka melakukan perilaku celebrity worship intense-personal karena ingin selalu diterima oleh kelompoknya. Di samping itu, wawancara yang peneliti lakukan sejalan dengan hal tersebut yang menghasilkan bahwa responden dengan gaya identitas normative style mengatakan bahwa ia mengikuti banyak aktivitas bersama teman-teman yang sama-sama menyukai idola yang sama dan mengakses media sosial dengan intensitas yang cukup tinggi. Hal tersebut dilakukan agar tidak tertinggal dengan informasi terkait idolanya ataupun informasi lain yang perlu didapat. Oleh karena itu, penjelasan-penjelasan yang ada sejalan dengan penelitian ini yang menghasilkan jika emerging adulthood yang memiliki gaya identitas normative style akan lebih mungkin mengembangkan perilaku celebrity worship pada tahap intense-personal. Hal tersebut dikarenakan mereka akan lebih mudah untuk mengikuti apa yang sedang diminati oleh kelompok seusia mereka seperti K-Pop tanpa mengevaluasinya dengan cermat

apakah hal tersebut sesuai dengan dirinya agar dapat diterima oleh kelompoknya. Gaya terakhir yaitu diffuse-avoidance style juga memberikan pengaruh positif signifikan pada celebrity worship di penelitian ini. Hal tersebut dapat disebabkan karena individu dengan gaya ini memiliki karakteristik dengan memperlihatkan keengganannya dalam menyelesaikan masalah yang mereka miliki (Berzonsky sebagaimana dikutip dalam Muttaqin, 2021). Selain itu, individu dengan gaya diffuse-avoidance style akan lebih mengatasi masalah mereka menggunakan koping yang berfokus pada emosi dalam (Berzonsky & Kuk, 2021). Hal tersebut sesuai dengan penjelasan jika seseorang yang mengembangkan celebrity worship akan mempunyai koping strategi yang bersifat neurotik dan menggunakan penolakan atau penyangkalan dalam penyelesaian masalahnya dan mengalihkannya kepada aktivitas celebrity worship (Maltby et al., 2004). Gaya identitas diffuse-avoidance style ini juga memiliki pengaruh yang signifikan yang dihasilkan oleh analisis tambahan pada penelitian ini. Hal tersebut dapat dihasilkan karena individu dengan gaya identitas diffuse-avoidance style akan lebih memiliki karakteristik untuk mengalihkan masalah mereka dengan mengendalikan emosi mereka (Berzonsky & Kuk, 2021). Di samping itu, dimensi borderline-pathological juga dijelaskan sebagai individu yang termasuk dalam dimensi ini akan dapat melakukan apa saja untuk idola mereka dengan hanya mementingkan kesenangan yang akan mereka dapat (Berzonsky sebagaimana dikutip dalam Czyżowska, 2022). Jadi, pengaruh ini dapat dihasilkan karena individu dengan karakteristik ini lebih sering untuk melakukan emotion-focused coping yang sejalan dengan dimensi borderline-pathological untuk bersedia melakukan apa saja untuk mendapatkan kesenangan. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti juga sejalan dengan pernyataan-pernyataan tersebut. Yaitu bahwa responden dengan orang tua yang cukup memanjakannya menjadikannya memiliki gaya identitas diffuse-avoidance style dan menyebabkannya sering menunda dalam mengambil keputusan. Gaya identitasnya yang diffuse-avoidance style tersebut menjadikannya memiliki tingkatan yang cukup tinggi dalam celebrity worship yaitu pada borderline-pathological yang

sampai melakukan banyak hal untuk memenuhi keinginan akan kesenangannya terhadap idola kesukaannya dengan melakukan apa pun. Hal tersebut juga sesuai dengan karakteristik bahwa individu dengan gaya identitas diffuse-avoidance style akan melakukan pemenuhan untuk kebutuhan-kebutuhan hedonistiknya dan lebih impulsif (Berzonsky sebagaimana dikutip dalam Czyżowska, 2022). Hasil analisis juga menunjukkan bahwa usia dan jenis kelamin dapat meningkatkan tingkat pengaruh gaya identitas terhadap celebrity worship, tetapi masing-masing dari hal tersebut tidak memiliki pengaruh tersendiri terhadap celebrity worship pada penelitian ini. Tidak adanya pengaruh pada jenis kelamin dapat disebabkan karena jumlah yang jauh berbeda antara responden perempuan dan laki-laki pada penelitian ini. Hal tersebut juga karena adanya perbedaan persentase perempuan yang lebih banyak menyukai K-Pop daripada laki-laki yaitu dengan persentase sebesar 92.1% untuk perempuan dan 7.9% untuk pria Islami (Islami & Susandari, 2022). Sedangkan, faktor pada usia yang menghasilkan tidak adanya pengaruh dapat disebabkan karena pada penelitian ini memiliki responden hanya pada rentang kelompok usia emerging adulthood saja. Hal tersebut membuktikan bahwa pada penelitian ini bahwa emerging adulthood yaitu individu yang memiliki usia 18 sampai dengan 25 tahun memiliki karakteristik yang sama maka tidak memunculkan perbedaan pengaruh.

5.3 Saran 5.3.1. Saran Metodologis

Pada penelitian ini, gaya identitas menghasilkan pengaruh yang sedang terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. Lalu, apabila menambahkan umur dan jenis kelamin dapat meningkatkan besar pengaruh gaya identitas terhadap celebrity worship tetapi masih dalam tingkat pengaruh yang sedang. Oleh karena itu, diharapkan penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan terkait faktor idola dengan jenis kelamin yang sama tahu berlawanan, dikarenakan akan memengaruhi tingginya tingkat celebrity worship yang dimiliki. Hal tersebut dikarenakan terdapat penelitian yang dilakukan oleh Zsila dkk yang menyatakan bahwa perempuan mempunyai kecenderungan yang tinggi untuk memiliki idola lawan jenis dibandingkan pria. Lalu, dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa

perempuan dengan tingkat kekaguman terhadap selebriti yang cukup tinggi mempunyai tingkat harga diri lebih rendah dibandingkan rasa harga diri pada laki-laki yang mempunyai rasa kekaguman terhadap selebriti secara berlebihan (Zsila et al., 2021). 5.3.2. Saran Praktis Penelitian yang dilakukan ini, menghasilkan bahwa gaya identitas mempunyai pengaruh terhadap celebrity worship pada emerging adulthood penggemar K-Pop. Oleh karena itu, para emerging adulthood penggemar K-Pop diharapkan untuk dapat lebih mengembangkan gaya identitas informatif dengan lebih memilih dan mencari tahu lebih dalam terkait keputusan- keputusan yang harus diambil agar dapat menyelesaikan tugas tahapan psikososial yang ada dan tidak memasuki tingkatan borderline-pathological pada celebrity worship . Selain itu, para pada emerging adulthood penggemar K-Pop juga dapat membangun hubungan sosial di luar kelompok penggemar agar tidak hanya fokus kepada selebriti idola dan semakin mendalami perilaku celebrity worship yang dimiliki.



REPORT #22112035

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	3.19% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6135/10/10.%20BAB%20III.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	0.6% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6309/11/11.%20BAB%20IV.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
3.	0.54% ettheses.uin-malang.ac.id http://ettheses.uin-malang.ac.id/15427/1/15410190.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.47% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6157/10/10.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.45% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3006/10/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.4% repository.unibos.ac.id https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2932/2022%...	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.37% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6192/11/11.%20BAB%20IV.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
8.	0.32% repository.ar-raniry.ac.id https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/16998/1/Ike%20Gustia%20Ariska%2C..	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.32% ettheses.uin-malang.ac.id http://ettheses.uin-malang.ac.id/678/7/10510062%20Bab%204.pdf	● ●



REPORT #22112035

INTERNET SOURCE		
10. 0.3%	journal.unibos.ac.id https://journal.unibos.ac.id/jpk/article/download/2279/1620/13657	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.27%	fpsi.mercubuana-yogya.ac.id https://fpsi.mercubuana-yogya.ac.id/wp-content/uploads/2012/06/1.-HUBUNGA..	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.23%	jurnal.wicida.ac.id https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/download/2459/905/9457	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.21%	www.gamedia.com https://www.gamedia.com/literasi/manfaat-teoritis-dan-praktis/	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.19%	lib.atmajaya.ac.id https://lib.atmajaya.ac.id/default.aspx?tabID=61&src=k&id=76164	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.19%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2457/11/11.%20Bab%20IV.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
16. 0.18%	lemlit.unpas.ac.id https://lemlit.unpas.ac.id/wp-content/uploads/2022/02/Metode-Penelitian-Kuan..	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.18%	eprints.uai.ac.id https://eprints.uai.ac.id/2350/1/ILS0285-23_Isi-Artikel.pdf	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.18%	repository.ub.ac.id http://repository.ub.ac.id/3990/1/BAB%20IV.pdf	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.17%	www.tutorialkampus.com http://www.tutorialkampus.com/2014/12/normal-0-false-false-false-en-us-x-non..	●
INTERNET SOURCE		
20. 0.17%	media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/178960-ID-validitas-utrecht-manag..	●



REPORT #22112035

INTERNET SOURCE		
21. 0.13%	digilib.yarsi.ac.id	●
	http://digilib.yarsi.ac.id/6287/7/13.%20BAB%20III%20SKRIPSI%20TINTAN%20.p...	
INTERNET SOURCE		
22. 0.12%	educatebiology.files.wordpress.com	●
	https://educatebiology.files.wordpress.com/2021/04/panduan-praktik-statistika...	
INTERNET SOURCE		
23. 0.12%	repository.ar-raniry.ac.id	●
	https://repository.ar-raniry.ac.id/31948/1/Miftahul%20Jannah%2C%2019090109..	
INTERNET SOURCE		
24. 0.1%	repository.umj.ac.id	●
	https://repository.umj.ac.id/17359/11/11.%20Bab%20III.pdf	
INTERNET SOURCE		
25. 0.1%	repository.unj.ac.id	● ●
	http://repository.unj.ac.id/3141/1/WAODE%20HENI%20ANDRAINI_1125151555_...	
INTERNET SOURCE		
26. 0.09%	jurnal.wicida.ac.id	●
	https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/download/2462/908/9460	
INTERNET SOURCE		
27. 0.07%	repository.unj.ac.id	●
	http://repository.unj.ac.id/1221/2/BAB%20I.pdf	
INTERNET SOURCE		
28. 0.05%	repository.stikes-yrsds.ac.id	● ●
	https://repository.stikes-yrsds.ac.id/id/eprint/448/4/BAB%20II%20TINJAUAN%2...	
INTERNET SOURCE		
29. 0.04%	eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6095/13/11.%20BAB%204.pdf	
INTERNET SOURCE		
30. 0.03%	repository.umj.ac.id	●
	https://repository.umj.ac.id/13658/13/11.%20Bab%20III.pdf	
INTERNET SOURCE		
31. 0.03%	repository.radenfatah.ac.id	●
	https://repository.radenfatah.ac.id/20168/2/2.pdf	



REPORT #22112035

● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.13%** repository.unj.ac.id
<http://repository.unj.ac.id/1221/2/BAB%20I.pdf>

INTERNET SOURCE

2. **0.02%** repository.ub.ac.id
<http://repository.ub.ac.id/3990/1/BAB%20IV.pdf>