



**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DAN *BODY*
IMAGE MAHASISWA PEREMPUAN DEWASA AWAL FANS
KPOP DI JAKARTA**

SKRIPSI

DISUSUN OLEH:

VIERREN LIVIA LAUWHANDA

705170022

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2021



**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DAN *BODY IMAGE* MAHASISWA PEREMPUAN DEWASA AWAL FANS
KPOP DI JAKARTA**

**Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk menempuh ujian sarjana strata
1 (S-1) Psikologi**

**DISUSUN OLEH:
VIERREN LIVIA LAUWHANDA
705170022**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2021**

 UNTAR Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-06/R0	HAL. 1/1
	SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	
05 NOVEMBER 2010		

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Vierren Livia Lauwhanda**

NIM : **705170022**

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang diserahkan kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, berjudul:

Hubungan antara *Celebrity Worship* dan *Body Image* Mahasiswa Perempuan Dewasa Awal Fans Kpop di Jakarta

Merupakan karya sendiri yang tidak dibuat dengan melanggar ketentuan plagiarisme dan otoplagiarisme. Saya menyatakan memahami tentang adanya larangan plagiarisme dan otoplagiarisme tersebut, dan dapat menerima segala konsekuensi jika melakukan pelanggaran menurut ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan lain yang berlaku di lingkungan Universitas Tarumanagara.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak mana pun.

Jakarta, 25 Januari 2021

Yang Memberikan Pernyataan



Vierren Livia Lauwhanda

 UNTAR Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-07/R0	HAL. 1/1
	SURAT PERNYATAAN EDIT NASKAH	
05 NOVEMBER 2010		

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Vierren Livia Lauwhanda**

N I M : **705170022**

Alamat : **Bali Resort, cluster De'Lovina blok B6 no. 16, Rawakalong,
Gunung Sindur, Bogor 16340**

Dengan ini memberi hak kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara untuk menerbitkan sebagian atau keseluruhan karya penelitian saya, berupa skripsi yang berjudul:

Hubungan antara *Celebrity Worship* dan *Body Image* Mahasiswa Perempuan Dewasa Awal Fans Kpop di Jakarta

Saya juga tidak keberatan bahwa pihak editor akan mengubah, memodifikasi kalimat-kalimat dalam karya penelitian saya tersebut dengan tujuan untuk memperjelas dan mempertajam rumusan, sehingga maksud menjadi lebih jelas dan mudah dipahami oleh pembaca umum sejauh perubahan dan modifikasi tersebut tidak mengubah tujuan dan makna penelitian saya secara keseluruhan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, secara sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 25 Januari 2021

Yang Membuat Pernyataan



Vierren Livia Lauwhanda

**PROGRAM STUDI SARJANA FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Vierren Livia Lauwhanda.....
N.I.M. : 705170022.....
Program Studi : Psikologi.....

Judul Skripsi

Hubungan antara *Celebrity Worship* dan *Body Image* Mahasiswa Perempuan Dewasa
Awal Fans Kpop di Jakarta

Telah diuji dalam sidang Sarjana pada tanggal 19 Januari 2021 dan dinyatakan lulus,
dengan majelis penguji terdiri atas:

1. Ketua : Dr. Monty P. Satiadarma, MS/AT, MCP/MFCC, DCH, Psi.
2. Anggota : Untung Subroto, M.Psi., Psi.
Roswiyani, PhD., Psi.

Jakarta, 25 Januari 2021

Pembimbing



Roswiyani, PhD., Psi

Pembimbing Pendamping



Dr. Heryanti Satyadi, Psi.

ABSTRAK

Vierren Livia Lauwhanda (705170022)

Hubungan antara *Celebrity Worship* dan *Body Image* Mahasiswa Perempuan Dewasa Awal Fans Kpop di Jakarta; Roswiyani, PhD., Psi & Dr. Heryanti Satyadi, Psi. Program studi S-1 Psikologi Universitas Tarumanagara, (i-xvii; 63 halaman, P1-P7, L1-L61)

Celebrity worship adalah bentuk dari interaksi parasosial yang merupakan fenomena tidak normal di mana individu dengan identitas yang utuh menjadi terobsesi dengan satu atau lebih selebriti (Maltby, et al., 2003). Karakteristik dalam *celebrity worship* ini adalah *psychological attachment* perasaan sangat terikat atau dekat secara intim dengan idolanya. Rasa keterikatan dan obsesi para fans dengan meniru apapun yang ada pada idolanya menjadikan idola sebagai patokan dalam membentuk *body image*. Brown dan Tiggemann (2016), menyatakan bahwa eksposur terhadap citra selebriti yang menarik dapat efektif pada *body image* perempuan, di mana penggemar selebriti memoderasi efek peningkatan citra selebriti terhadap ketidakpuasan tubuh. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *body image* pada mahasiswa perempuan fans Kpop di Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode korelasional. Penelitian ini melibatkan 166 subjek dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan dua alat ukur untuk mengukur variabel penelitian. Variabel *celebrity worship* diukur dengan alat ukur *Celebrity Attitude Scale*, dan variabel *body image* diukur dengan alat ukur *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scale*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ditolak dengan nilai sig. (2-tailed) 0.056 ($p < 0.05$) yang berarti tidak ada hubungan antara *celebrity worship* dengan *body image* pada mahasiswa perempuan dewasa awal fans K-pop di Jakarta.

Kata kunci: *body image* dan *celebrity worship*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pop culture saat ini yang tengah melanda berbagai negara terutama negara-negara di Asia adalah *pop culture* yang berasal dari Korea Selatan atau yang sering disebut dengan *Korean wave/ Hallyu* (Lestari, 2019). *Korean wave* ini dimulai pada tahun 1997 melalui salah satu drama Korea yang disiarkan. Sejak saat itu, budaya pop Korea mendapatkan perhatian khusus karena menyajikan hiburan yang terlihat sempurna. Industri hiburan Korea Selatan juga mempengaruhi nilai, pola hidup, kehidupan sosial, serta tradisi negara yang mengonsumsi hasil-hasil produk hiburan tersebut pada masyarakat luas (Putri et al., 2019). Dalam *Hallyu* ini, masyarakat diperkenalkan dengan kebudayaan Korea Selatan, seperti film, drama, musik, makanan, *fashion*, dan *trend* di Korea Selatan. Dari banyaknya kebudayaan yang dikenalkan, musik

dari Korea Selatan lebih dikenal masyarakat dengan istilah *Korean pop music* atau K-pop. K-pop sudah menguasai pasar hiburan di Asia, sehingga semua orang mengetahui tentang K-pop. Dapat dilihat dari perilaku para penggemar yaitu menyukai bahasa Korea seperti bahasa yang digunakan oleh personel K-Pop, menyukai musik Korea yang merupakan budaya baru yang masuk ke Indonesia, dan mengikuti tren *fashion* dan gaya hidup para idola Korea. Para penggemar K-pop sebagian besar adalah kaum perempuan, dari remaja hingga dewasa yang merupakan seorang mahasiswa atau pelajar (Shammakh, 2019).

Anwar (2018) menyatakan mahasiswa menggemari K-pop menganggapnya sebagai bentuk pemenuhan hiburan hati, dan kebutuhan psikologis mereka. Para idol mereka anggap sebagai pemenuhan fantasi mengenai adat budaya, gaya, hingga etika yang mereka hadirkan dalam kehidupan nyata mereka sendiri. Apriliani dan Setiawan (2019) menyatakan mahasiswa menjadi fans drama Korea, musik pop Korea dan filmnya dikarenakan aktor dan aktrisnya memiliki visual yang tampan dan cantik, penampilan panggung yang memukau, dan menunjukkan sesuatu hal yang baru dan berbeda. Berdasarkan CNBC Indonesia, *girl group* Korea yang paling populer pada Agustus 2020, yaitu BLACKPINK yang beranggotakan empat orang dengan *fanbase* bernama BLINK. Para perempuan menggemari BLACKPINK karena para member yang dinilai sempurna dengan visual yang cantik dan berbakat (Hasibuan, 2020).

Mahasiswa yang sudah mengalami kecanduan budaya Korea akan melakukan apa saja untuk bisa menjangkau artis idolanya dengan berbagai cara. Penampilan fisik yang menjadi perhatian khusus selain bakat yang

dimiliki idola, menjadikan penggemar mengikuti tren kecantikan, gaya dan *fashion* seperti idolanya (Olivia & Hapsari, 2019). Seseorang dapat mengenal dan mulai menggemari K-pop melalui media. Pola konsumsi media internet, menjadi faktor penentu *Korean Wave* dapat menyebar dan kemudian muncul sejumlah organisasi komunitas *virtual* atau dikenal sebagai *fanbase*. Di Indonesia, terdapat banyak *fanbase* K-Pop Idol (Simbar, 2016).

Fans sendiri merupakan seseorang yang mengabdikan dirinya untuk mengikuti kepribadian dari media, figur atlet, atau seorang penyanyi. Studi fandom menjelaskan bahwa penggemar adalah orang yang memiliki keyakinan emosional positif tentang seseorang ataupun sesuatu yang terkenal, ditunjukkan melalui pengenalan gaya. Fans menemukan identitas mereka sesuai dengan budaya populer, para fans ini menempati peran sosial mereka sebagai fandom (Duffet, 2013). Keterikatan yang kuat antara fans dengan selebriti di mana nilai-nilai selebriti sangat berpengaruh, memberikan contoh sikap dan perilaku kepada kaum muda (Larson, 1995). Hal tersebut menjadikan mahasiswa perempuan berkeinginan untuk memiliki gambaran tubuh yang sesuai dengan para selebriti K-pop dengan meniru apapun yang ada pada idolanya.

Hal tersebut merupakan bentuk hubungan parasosial atau dikenal dengan *celebrity worship* (Maltby et al., 2005). Maltby et al. (2003), menjelaskan *celebrity worship* adalah bentuk dari interaksi parasosial yang merupakan fenomena tidak normal di mana individu dengan identitas yang utuh menjadi terobsesi dengan satu atau lebih selebriti, bentuk interaksi parasosial ini mirip dengan tipe gangguan delusi erotomanik. Seseorang terlalu terlibat dalam kehidupan selebriti sehingga terbawa kedalam kehidupan pribadinya.

Salah satu karakteristik dalam *celebrity worship* ini adalah *psychological attachment*, yaitu para *celebrity worshipper* ini merasa sangat terikat atau dekat secara intim dengan idolanya. Rasa keterikatan dan obsesi para fans dengan meniru apapun yang ada pada idolanya menjadikan idola sebagai patokan dalam membentuk *body image*. Fans dari idol K-pop dapat mudah memiliki *body image* yang buruk setelah terjun masuk ke dalam dunia idolanya, kemudian fans mempelajari dan memahami lebih dalam lagi dunia idolanya. Para fans mulai menganggap pandangan mengenai bentuk tubuh yang ideal menjadi sangat lekat dalam dirinya. (Yolanda, 2019)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh IDN Times terhadap 580 responden melalui media elektronik ke seluruh wilayah di Indonesia pada bulan Desember 2018 hingga bulan Januari 2019. Ditemukan hasil bahwa penggemar K-pop sebagian besar adalah perempuan dengan persentase sebesar 92,1% dan merupakan pelajar atau mahasiswa sebesar 66,1% dengan usia 20 sampai 25 tahun sebesar 40,7% dan usia 15 sampai 20 tahun dengan persentase 38,1%. Untuk penyebaran daerahnya, DKI Jakarta memiliki persentase sebesar 15,9% (Triadanti, 2019). DKI Jakarta memiliki penyebaran yang cukup besar jika dibandingkan dengan daerah sekitar DKI Jakarta. Hasil survey menunjukkan bahwa penggemar sebagian besar adalah mahasiswa. Mahasiswa memasuki masa dewasa yang pada umumnya berada pada rentang usia 18-25 tahun, pada masa tersebut mahasiswa memiliki tanggung jawab terhadap masa perkembangannya dan terhadap kehidupannya untuk memasuki masa dewasa (Hulukati & Djibrin, 2018). Rentangan usia pada mahasiswa merupakan masa dewasa awal. Dewasa awal berada pada usia 18 sampai 25 tahun, adalah periode transisi yang

diusulkan antara masa remaja dan masa dewasa yang umumnya ditemukan di negara-negara industri. Masa dewasa awal ini juga merupakan periode waktu ketika *young adults* dapat mengetahui jati diri mereka dan menjadi seperti apa kedepannya (Arnett, 2000).

Sumanty et al. (dalam Jati, 2020), menyatakan penggemar K-pop diketahui juga sebagian besar adalah perempuan. Perempuan yang pada masa dewasa awal cenderung lebih memperhatikan penampilan. Papalia dan Martorell (2015), menyatakan pada masa dewasa awal ini, tidak hanya untuk menjaga penampilan, seseorang juga memiliki tugas untuk berbagi kehidupan dengan orang lain. Namun, jika seseorang tidak berhasil mengembangkan tugas tersebut dengan baik, seseorang mungkin akan mengalami perasaan kesepian dan isolasi emosional. Perasaan kesepian tersebut menjadikan seseorang memiliki rasa keterikatan dengan idola. Hasil yang sama ditemukan oleh Boon dan Lomore (2001) berdasarkan hasil penelitiannya, ketertarikan yang kuat terhadap selebriti dalam kehidupannya, terutama pada idola pop, terjadi pada individu yang berusia dewasa awal dengan persentase sebesar 75%.

Grogan, Day dan Maltby (dalam Yolanda, 2019) juga menemukan bahwa pada masa dewasa awal ini, masih ada individu yang masih tidak puas dan memandang gambaran tubuh dengan negatif. Fenomena K-pop yang saat ini sedang ramai terjadi, yaitu para idola dari K-pop yang diwajibkan menghadirkan standar mengenai konsep kecantikan yang sempurna terutama bagi para perempuan, seperti bentuk tubuh langsing yang ideal, penampilan sempurna, dan wajah cantik membentuk suatu persepsi mengenai bentuk tubuh ideal bagi para fansnya. Kemudian, untuk memenuhi gambaran tubuh yang ideal itu, para individu dewasa awal, khususnya kaum perempuan

memiliki pemikiran untuk melakukan operasi pada beberapa bagian tubuhnya untuk mempercantik diri baik dengan operasi plastik atau operasi kosmetik (Yolanda, 2019).

Selain melakukan operasi kecantikan, penggemar juga biasanya melakukan diet agar dapat memiliki tubuh yang ideal seperti idolanya. Dwiputeri dan Maulina (2015), melakukan survey terhadap lima subjek yang merupakan seorang penggemar Kpop, ditemukan hasil bahwa mereka berkeinginan untuk memiliki tubuh yang ideal seperti idola Kpop tersebut. Kemudian mereka berusaha menurunkan berat badan dengan berbagai cara, seperti mengurangi konsumsi, seperti nasi menjadi setengah porsi, makan sekali dalam sehari, bahkan tidak makan selama seharian. Setelah melakukan berbagai usaha untuk menurunkan berat badan tersebut, mereka mengalami dampak negatif, seperti gangguan asam lambung, kelelahan, dan sering pusing.

Hal tersebut didasari oleh pernyataan dari Brown dan Tiggemann (2016), bahwa eksposur terhadap citra selebriti yang menarik dapat efektif pada *body image* perempuan, di mana penggemar selebriti memoderasi efek peningkatan citra selebriti terhadap ketidakpuasan tubuh. Aruguete et al. (2014), juga berpendapat hal yang sama bahwa sebagian besar orang akan menilai selebriti berdasarkan fisik mereka dan keterlibatan dengan selebriti ini dapat mengarahkan pada idealisasi tubuh seperti selebriti favorit. Salafia dan Benson (2013), juga menyatakan selama masa dewasa, mayoritas wanita di perguruan tinggi mengalami peningkatan kekhawatiran tentang gambaran tubuhnya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Ekern (2015), perasaan seorang perempuan dewasa muda dalam tubuhnya sangat penting, tetapi *body image*

yang positif akan sulit dipertahankan karena adanya perbandingan dengan yang lain, seperti stres, dan perubahan gaya hidup yang terjadi.

Menurut Cash dan Pruzinsky, *body image* sendiri dapat dilihat sebagai persepsi dan sikap yang dianut seseorang terhadap tubuhnya sendiri, terutama, tetapi tidak secara eksklusif mengenai penampilan fisiknya (dalam Cash, 2004). *Body image* tidak hanya terbatas pada dimensi fisik namun juga terkait dengan aspek psikologis. *Body image* mengacu pada persepsi diri terkait tubuh dan sikap diri meliputi pikiran, kepercayaan, perasaan dan perilaku (Cash, 2004). Honignam dan Castle (dalam Januar & Putri, 2007), berpendapat *body image* merupakan gambaran mental individu terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya sendiri, dan bagaimana individu mempersepsikan dan menilai atas apa yang dipikirkan dan dirasakan atas bentuk tubuhnya sendiri dan berdasarkan penilaian dari orang lain. *Body image* dianggap sebagai pemikiran yang dinamis dan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman interpersonal, kepribadian, dan norma sosial dan budaya (Mountford & Koskina, 2015).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maltby et al., (2005), mengevaluasi hubungan antara *celebrity worship* dan *body image* dalam perspektif teoretis hubungan parasosial dengan selebriti pada tahap *intense-personal*. Hasil yang didapatkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara sikap terhadap selebriti dan *body image* di kalangan mahasiswa di mana subskala *intense-personal* dari *celebrity worship* dapat memprediksi *body image*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Shabahang et al. (2020) pada mahasiswa di Iran, menunjukkan hasil *body image* dan subskala berkorelasi positif dengan *celebrity worship*. Penelitian ini menggunakan *cognitive*

flexibility sebagai mediator, namun *cognitive flexibility* dan subskalanya memiliki korelasi yang negatif. Namun, efek tidak langsung yang dimiliki *celebrity worship* melalui *cognitive flexibility* signifikan dengan *body image*.

Kemudian, penelitian dari Indonesia yang dilakukan oleh Astuti (2019), didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *body image* pada remaja putri penggemar Kpop. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Yolanda (2019), didapatkan bahwa tidak terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *body image* pada perempuan dewasa awal. Terdapat inkonsistensi hasil hubungan *celebrity worship* dengan *body image* pada dewasa awal. Sehingga peneliti ingin melakukan penelitian mengenai *celebrity worship* dan *body image* pada mahasiswa perempuan dewasa awal fans Kpop.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *body image* mahasiswa perempuan dewasa awal fans K-pop di Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan *celebrity worship* dengan persepsi terhadap *body image* mahasiswa perempuan dewasa awal fans K-pop di Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan ilmu pengetahuan untuk perkembangan ilmu psikologi, mengenai *celebrity worship* sebagai salah satu variabel psikologis yang masih jarang diteliti, dan khususnya sebagai sumbangan ilmu pengetahuan di bidang klinis terkait dengan *body image*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait *celebrity worship* dan *body image* pada mahasiswa perempuan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kesadaran pada mahasiswa perempuan penggemar K-pop dan tidak terbatas bagi para penggemar K-pop lainnya yang memiliki kecenderungan *celebrity worship* untuk tetap memiliki *body image* yang positif dan tidak berusaha meniru dan mengubah citra diri sendiri meskipun mereka mengidolakan para idol K-pop.

1.5 Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari lima bab. Bab I berisi gambaran penelitian secara keseluruhan yang terdiri dari pendahuluan. Pendahuluan tersusun atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Manfaat penelitian terbagi dua, yaitu manfaat secara teoretis dan praktis. Bab II berisi tinjauan teoretis mengenai *body image*, *celebrity worship*, *Korean pop*, mahasiswa. Dalam bab II ini juga berisi kerangka berpikir, dan hipotesis dari penelitian. Bab III merupakan metode penelitian yang berisi penjelasan mengenai subjek penelitian, gambaran subjek penelitian jenis penelitian, *setting* dan peralatan penelitian. Pada bab III juga berisi definisi konseptual dan operasional dari variabel, pengukuran variabel penelitian, prosedur penelitian, tahapan pelaksanaan penelitian, serta pengolahan dan

teknik analisa data. Bab IV berisi gambaran data penelitian. Dalam bab IV juga berisi hasil penelitian dan analisa data yang mencakup uji normalitas, uji korelasi untuk hipotesis, dan analisa data tambahan. Bab V berisi simpulan, diskusi, dan saran teoritis dan praktis dari penelitian.

BAB V

SIMPULAN, DISKUSI, DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, untuk menjawab hipotesis penelitian yang mengatakan bahwa terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *body image*, hasil uji korelasi menunjukkan tidak terdapat hubungan antara *celebrity worship* dan *body image* mahasiswa perempuan dewasa awal fans Kpop. Secara keseluruhan, subjek dalam penelitian ini memiliki tingkat *body image* yang tinggi dan tingkat *celebrity worship* yang rendah.

5.2 Diskusi

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *celebrity worship* dan *body image* pada mahasiswa perempuan fans K-pop di Jakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan tidak

terdapat hubungan signifikan antara *celebrity worship* dan *body image*. Kemudian, peneliti melakukan uji korelasi lebih lanjut pada dimensi *celebrity worship* dengan variabel *body image*. Hasil menunjukkan dari tiga dimensi *celebrity worship* yaitu, *entertainment-social*, *intense-personal feelings*, dan *borderline-pathological* tidak terdapat hubungan dengan *body image*.

Peneliti juga melakukan uji korelasi pada dimensi *body image* dengan variabel *celebrity worship*. Hasil menunjukkan dari lima dimensi *body image*, terdapat dua dimensi yang berkorelasi positif dan signifikan. Dimensi yang memiliki korelasi positif dan signifikan yaitu, *appearance evaluation* dan *body areas satisfaction scale*. Artinya, semakin tinggi *celebrity worship* seseorang maka kepuasan akan penampilannya semakin tinggi. Kedua dimensi yang memiliki hubungan signifikan, merupakan dimensi yang berfokus pada kepuasan akan penampilan. Dimensi *appearance evaluation* berfokus pada perasaan menarik atau tidak menarik dan kenyamanan atau ketidaknyamanan akan penampilan secara keseluruhan. Pada dimensi *body areas satisfaction scale*, berfokus pada kepuasan atau ketidakpuasan seseorang terhadap bagian tubuh tertentu. Sejalan dengan hasil penelitian dari Shabahang et.al. (2020), yang menyatakan atribut fisik yang ditampilkan dengan ideal dan menarik dapat menyebabkan idealisasi atribut fisik selebriti tersebut.

Namun, hasil uji korelasi menunjukkan tidak terdapat hubungan antara *appearance orientation*, *self-classified weight*, dan *overweight preoccupation* *body image* dengan *celebrity worship*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pentingnya menjaga penampilan, persepsi akan berat badan, serta kecemasan menjadi gemuk tidak ada hubungan dengan *celebrity worship* seseorang. Berdasarkan hasil penelitian, subjek memiliki *body image* yang tinggi, dilihat

dari nilai *mean* empirik yang lebih tinggi dari nilai *mean* hipotetik. Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian Grogan, Day, dan Maltby (Dalam Yolanda, 2019) yang menyatakan dewasa awal masih memiliki gambaran tubuh yang negatif.

Secara keseluruhan subjek juga memiliki *celebrity worship* yang rendah, artinya subjek dalam penelitian ini menyukai selebriti namun masih dapat mengontrol perilaku dan tidak berlebihan. Namun pada dimensi *intense-personal feelings* memiliki nilai yang tinggi. Sejalan dengan hasil penelitian dari Noky (2015), dimensi *intense-personal feelings* dalam *celebrity worship* ini memiliki skor yang paling tinggi dibandingkan dua dimensi *celebrity worship* lainnya, yang berarti subjek memiliki kecenderungan obsesif atau perasaan intensif kepada idola K-pop yang disukai tapi berada pada kategori wajar.

Berdasarkan analisis data tambahan yaitu uji beda *body image* ditinjau dari usia, menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara kelompok usia dengan *body image*. Hal ini berarti tidak terdapat perbedaan *body image* seseorang berdasarkan perbedaan usia. Uji beda *body image* ditinjau dari lama seseorang menjadi fans K-pop menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan pada lamanya menjadi penggemar K-pop yang dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu kelompok 6-12 bulan, kelompok 12-18 bulan, kelompok 24-30 bulan, kelompok 30-36 bulan, dan kelompok >36 bulan. Artinya, terdapat perbedaan tinggi atau rendahnya *body image* seseorang berdasarkan durasi waktu menjadi fans K-pop, semakin lama menggemari, maka *body image* yang dimiliki semakin tinggi. Peneliti juga melakukan uji beda pada *body image* ditinjau dari hal yang paling disukai yaitu, bakat, fisik, dan *fashion* selebriti. Didapat hasil bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan

antara tiga hal yang disukai dari selebriti K-pop, yaitu bakat, fisik, dan *fashion*. Artinya, tidak terdapat perbedaan tinggi atau rendahnya *celebrity worship* antara seseorang yang menyukai bakat, fisik ataupun *fashion* dari selebriti tersebut.

Analisis tambahan pada variabel *celebrity worship*. Uji beda *celebrity worship* yang ditinjau dari usia, diperoleh hasil bahwa terdapat perbedaan signifikan antara kelompok usia dengan *celebrity worship*. Artinya, perbedaan usia dapat mempengaruhi tingkat *celebrity worship* pada seseorang. Uji beda pada *celebrity worship* ditinjau dari lama seseorang menjadi fans K-pop, diperoleh hasil bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara kelompok durasi lama waktu yang satu dengan kelompok durasi lama waktu yang lain. Artinya, tidak terdapat perbedaan tinggi atau rendahnya *celebrity worship* dengan durasi lama menjadi fans. Terakhir, peneliti juga melakukan uji beda *celebrity worship* ditinjau dari hal yang disukai. Hasil uji beda menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok yang satu dengan yang lain. Artinya, tidak terdapat perbedaan tinggi atau rendahnya *celebrity worship* seseorang dengan hal yang disukainya, seperti bakat, fisik ataupun dengan *fashion* selebriti tersebut.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Yang pertama, populasi mahasiswa perempuan penggemar fans K-pop di Jakarta tidak didapatkan secara detail. Waktu penyebaran kuesioner yang dilakukan terbatas dan singkat. Kemudian, keterbatasan wilayah pada penelitian ini. Penelitian ini hanya dilakukan pada wilayah DKI Jakarta. Wilayah subjek juga kurang merata, wilayah Jakarta Barat lebih besar dari wilayah DKI Jakarta lainnya. Penelitian ini juga memiliki kelebihan, sampel pada penelitian ini mencapai

jumlah minimum sampel yang dibutuhkan walaupun waktu penyebaran kuesioner terbatas dan singkat.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Teoritis

Penelitian ini berfokus pada bidang psikologi klinis, khususnya *body image* dan pada bidang sosial, khususnya *celebrity worship*. Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan ilmu dan memperkaya penelitian pada bidang psikologi klinis dan sosial yang berhubungan dengan *body image* dan *celebrity worship*. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian lain maupun penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *body image* dan *celebrity worship*.

Saran bagi penelitian selanjutnya adalah melakukan penelitian tanpa batasan wilayah dan melakukan penelitian dengan wilayah yang lebih luas, seperti pada kota-kota besar di Indonesia agar lebih menggambarkan *celebrity worship* dan *body image* pada perempuan penggemar Kpop di Indonesia. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian mengenai *body image* dan *celebrity worship* pada dewasa awal, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih spesifik mengenai kriteria subjek sebagai penggemar. Dapat dilakukan pada penggemar yang merupakan anggota dari *fanbase* grup Kpop tersebut, sehingga dapat lebih menggambarkan bentuk *celebrity worship* yang terjadi pada para penggemar.

5.3.2 Saran Praktis

Bagi penggemar selebriti khususnya para perempuan penggemar atau fans K-pop, diharapkan tidak berlebihan dalam mengidolakan seseorang agar

terhindar dampak negatif dari *celebrity worship*. Para penggemar juga disarankan dalam mengidolakan seseorang, jadikan idola sebagai motivasi untuk dapat berkembang positif dan menjadi lebih baik. Penelitian ini juga diharapkan menjadi acuan agar masyarakat dapat terinspirasi untuk lebih mengembangkan keterampilan dunia *entertainment* khususnya musik di Indonesia, sehingga musik Indonesia dapat lebih dikenal di berbagai negara. Peneliti juga menyarankan agar para penggemar selebriti khususnya K-pop untuk tetap memiliki *body image* atau citra tubuh yang positif. Perlu dipahami bahwa tidak ada standar ideal yang harus dimiliki dan diterapkan pada semua orang khususnya pada perempuan.

ABSTRACT

Vierren Livia Lauwhanda (705170022)

The Relation between Celebrity Worship and Body Image of an Adult Kpop Female Students Fans in Jakarta; Roswiyani, PhD., Psi & Dr. Heryanti Satyadi, Psi. Bachelor Program of Psychology, Universitas Tarumanagara. (i-xvii; 63 pages, R1-R8, Appdx 1-61)

Celebrity worship is a form of parasocial interaction, which is an abnormal phenomenon where an individual with complete identities become obsessed with one or more celebrities (Maltby, et al., 2003). The characteristic in celebrity worship is a psychological attachment, feeling very intimately attached or close to his idol. The fan's attachments and obsessions with imitating whatever is on their idols, and make the idols a standard in shaping body image. Brown and Tiggemann (2016), stated that exposures to attractive celebrity images can be effective in female body image, where celebrity fans moderate the effects of enhancing celebrity image on body dissatisfaction. The purpose of this study is to determine whether there is a relation between celebrity worship and body image among an adult Kpop female college student fans in Jakarta. This research is a quantitative study with a correlational method. This study involves 166 subjects using convenience sampling technique. In this study, two measuring instruments are used to measure the research variables. The celebrity worship variable are measured using the Celebrity Attitude Scale, and the body image variable are measured by the Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scale measuring instrument. The results of this study indicates that the research hypothesis is rejected with a sig value of.

(2-tailed) 0.056 ($p < 0.05$), which means that there is no relation between celebrity worship and body image among an adult Kpop female college student fans in Jakarta.

Keywords: body image and celebrity worship

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, C. R. (2018). Mahasiswa dan K-pop: Studi interaksi simbolik K-popers di Makassar. *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jatim*, 1(1), 1-13.
<http://jkom.upnjatim.ac.id/index.php/jkom/article/view/12>
- Apriliani, R., & Setiawan, R. (2019). Konstruksi konsep diri mahasiswi penggemar budaya populer Korea. *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 5(2), 107-120.
<http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/Hermeneutika/article/view/7234>
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469-480.
http://jeffre yar nett.com/ARNETT_Emerging_Adulthood_theory.pdf
- Aruguete, M., Griffith, J., Edman, J., Green, T., & McCutcheon, L. (2014). Body image and celebrity worship. *Implicit Religion*, 17(2), 223-234.
https://www.researchgate.net/publication/276925391_Body_Image_and_Celebrity_Worship
- Astuti, A. R. A. (2017). *Hubungan celebrity worship dengan body image remaja putri fans K-pop* [Skripsi tidak dipublikasikan]. Universitas Brawijaya.
- Boon, S., & Lomore, C. (2001). Admirer-celebrity relationships among young adults. *Human Communication Research*, 27(3), 432–465. doi:10.1111/j.1468-2958.2001.tb00788.x
- Borzekowski, D., & Bayer, A. (2005). Body Image and Media Use Among Adolescents. *Adolescent Medicine Clinics*, 16(2), 289–313.
<https://doi.org/10.1016/j.admecli.2005.02.010>
- Brooks, S. K. (2018, September 26). *FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future*

research. SpringerLink: Current Psychology.

<https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-018-9978-4#citeas>

Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image*, 19, 37-43. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007>

Cash, T. F. (2000). *The multidimensional body-self relations questionnaire*. MBSRQ Users' Manual (Third Revision).

Cash, T. F. (2004). Body image: past, present, and future. *Body Image*, 1(1), 1–5. doi:10.1016/s1740-1445(03)00011-1

Cash, T. F., & Szymanski, M. L. (1995). The development and validation of the body-image ideals questionnaire. *Journal of Personality Assessment*, 64(3), 466-477. doi.org/10.1207/s15327752jpa6403_6

Cash, T. F., Morrow, J. A., Hrabosky, J. I., & Perry, A. A. (2004). How has body image changed? A cross-sectional investigation of college women and men from 1983 to 2001. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 72(6), 1081-1089. DOI: 10.1037/0022-006X.72.6.1081

Denich, A. U., & Ildil (2015). Konsep body image remaja putri. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 3(2), 55-61. <https://jurnal.konselingindonesia.com/index.php/jkp/article/viewFile/165/142>

Duffett, M. (2013). *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. Bloomsbury Publishing.

Dwiputeri, L., & Maulina, V. V. R. (2015). Kontribusi body comparison dengan artis K-pop perempuan terhadap body dissatisfaction (Studi pada remaja perempuan Indonesia fans K-pop). *Jurnal Perkotaan*, 6-7(1-2), 58-76. <https://core.ac.uk/download/pdf/270214966.pdf>

- Ekern, J. (2015, Juli 1). *College and body image*. Eating Disorder Hope. <https://www.eatingdisorderhope.com/programs/colleges-and-universities/college-and-body-image#:~:text=Body%20Image%20Appears%20to%20be%20Getting%20Better&text=One%20study%20found%20more%20than,psychological%20issues%2C%20are%20seeking%20help>.
- Griffiths, M. D. (2013, Juli 5). *Celebrity worship syndrome: A brief psychological overview*. Psychology Today. [https://www.psychologytoday.com/us/blog/in-excess/201307/celebrity-worship-syndrome#:~:text=Celebrity%20worship%20syndrome%20has%20been,of%20a%20person's%20obsession%20\(e](https://www.psychologytoday.com/us/blog/in-excess/201307/celebrity-worship-syndrome#:~:text=Celebrity%20worship%20syndrome%20has%20been,of%20a%20person's%20obsession%20(e).
- Grogan, S. (2006). Body Image and Health. *Journal of Health Psychology*, 11(4), 523–530. doi:10.1177/1359105306065013
- Grogan, S. (2017). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children (third edition)*. Routledge.
- Hasibuan, L. (2020, Agustus 10). *Girlband Kpop terpopuler Agustus, BLACKPINK nomor berapa?*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20200810103644-33-178588/girlband-kpop-terpopuler-agustus-blackpink-nomor-berapa>
- Hulukati, W., & Djibrani, M. R. (2018). Analisis tugas perkembangan mahasiswa fakultas ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik*, 2(1), 73-114. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jbk/article/view/1787>
- Januar, V., & Putri, D. E. (2007). Citra tubuh pada remaja putri menikah dan memiliki anak. *Jurnal Psikologi*, 1(1), 52-62. <http://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/psiko/article/download/286/223>

- Jati, S. K. (2020). *Body image pada perempuan penggemar budaya populer Korea* [Skripsi sarjana tidak dipublikasikan]. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Jauhar, J. B., Ghani, A. B. A., & Islam, R. (2016). Research methodology. Dalam J. B. Jauhar, A. B. A. Ghani, & R. Islam (Eds.), *Brain Drain: Propensity for Malaysian professionals to leave for Singapore* (h. 99-125). Springer.
- Jin, D. Y., & Yoon, T. J. (2017). The Korean wave: Retrospect and prospect. Introduction. *International Journal of Communication*, 11, 2241-2249. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/6296/2047>
- Ju, H., & Lee, S. (2015). The Korean wave and Asian Americans: The ethnic meanings of transnational Korean pop culture in the USA. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 29(3), 323-338. <http://dx.doi.org/10.1080/10304312.2014.986059>
- Jung, J., & Hwang, C. S. (2016). Associations between attitudes toward cosmetic surgery, celebrity worship, and body image among South Korean and US female college students. *Fashion and Textiles*, 3(1), 1-14. DOI 10.1186/s40691-016-0069-6
- Larson, R. (1995). Secrets in the bedroom: Adolescents' private use of media. *Journal of Youth and Adolescents*, 24(5), 535-550. <https://numérons.files.wordpress.com/2012/04/44-secrets-in-the-bedroom-adolescents-private-use-of-media.pdf>
- Lee, J. S. (2018, September 9). *The Korean wave, K-pop fandom, and multilingual microblogging*. Multilingual Youth Practices in Computer Mediated Communication. Doi: 10.1017/9781316135570.012

- Lestari, A. (2019, Juni 8) "Korean wave" di Indonesia. Kompasiana.
<https://www.kompasiana.com/ayu28898/5d15691b097f3666134d3384/korean-wafe-di-indonesia?page=all>
- Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25-29. doi.org/10.1097/00005053-200301000-00005
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Martin, M., & Cayanus, J. L. (2004). Celebrity worship, cognitive flexibility and social complexity. *Personality and Individual Differences*, 37, 1475-1482. doi:10.1016/j.paid.2004.02.004
- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female. *British Journal of Health Psychology*, 10, 17-32. doi.org/10.1348/135910704X15257
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. *Personality and Individual Difference*, 40, 273-283. doi:10.1016/j.paid.2005.07.004
- McArthur, L. H., Holbert, D., & Pena, M. (2005). *An exploration of the attitudinal and perceptual dimensions of body image among males and female adolescents from six Latin American cities*. Questia: Trusted Online Research. <https://www.questia.com/library/journal/1G1-140145107/an-exploration-of-the-attitudinal-and-perceptual-dimensions>

- Mertler, C. A. (2020). Quantitative methodology in adolescent research. Dalam Hupp, S., & Jewell, J. D., *The Encyclopedia of child and adolescent development* (h. 1-14). John Wiley & Sons, Inc.
- Mezura, S. (2019). *Hubungan kontrol diri dengan celebrity worship pada dewasa awal penggemar kpop* [Skripsi sarjana tidak dipublikasikan]. Universitas Negeri Jakarta.
- Mountford, V. A., & Koskina, A. (2015, November 21). *Body Image*. Encyclopedia of Feeding and Eating Disorders. http://doi-org-443.webvpn.fjmu.edu.cn/10.1007/978-981-287-087-2_74-1
- Noky, H. M. (2015). *Hubungan celebrity worship pada idola K-pop (Korean pop) dengan body image di komunitas K-pop UCEE* [Skripsi sarjana tidak dipublikasikan]. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Olivia, K., & Hapsari, K. N. E. (2019). Fenomena budaya Korea pop pada mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia. *Jurnal Oratio Directa*, 2(1), 173-186. <https://www.ejurnal.ubk.ac.id/index.php/oratio/article/view/88/60>
- Papalia, D. E., & Martorell, G. (2015). *Experience human development* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Preester, H. D., & Knockaert, V. (2005). *Body image and body schema*. John Benjamins Publishing Company.
- Putri, K. A., Amirudin, & Purnomo, M. H. (2019). Korean wave dalam fanatisme dan konstruksi gaya hidup generasi Z. *NUSA*, 14(1), 125-135. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/nusa/article/download/23834/15380>
- Salafia, E. H. B., & Benson, K. E. (2013). Differences in emerging-adult women's body image and sexuality outcomes according to BMI and dating status.

International Journal of Sexual Health, 25(3), 225-239.

<http://dx.doi.org/10.1080/19317611.2013.801932>

Shabahang, R., Firoozi, M., Sheykhangafshe, F. B., & Sedighian, S. F. (2019). The role of celebrity worship and parasocial interaction with them in prediction of body image concern. *Frooyesh*, 8(9), 139-148. <http://frooyesh.ir/article-1-1383-en.html>

Shabahang, R., Hosseinkhanzadeh, A. A., Mohammad, A. B., & Rezaei, S. (2020). Celebrity worship and body image concern: Mediating role of cognitive flexibility. *International Journal of Psychology*, 14(1), 35-58. http://www.ijpb.ir/article_90711_6ee3c3ef79aa83b2085a960debded1ae.pdf

Shammakh, N. S. (2019, April 21). *Pengaruh hallyu atau korean wave bagi negara indonesia dan remajanya*. Kompasiana <https://www.kompasiana.com/nadifashalsabilashammakh/5cbc4b2295760e7bcf6f1d62/pengaruh-hallyu-atau-korean-wave-bagi-negara-indonesia-dan-remajanya>

Shi, M. (2018, September 5). *The effect of CWS on adolescent health*. Journal Article for Pop Culture Intersections. https://scholarcommons.scu.edu/engl_176/22/

Simbar, F. K. (2016). Fenomena konsumsi budaya Korea pada anak muda di kota Manado. *HOLISTIK*, 10(18), 1-20. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/14226/13800>

Slade, P. D. (1994). What is body image?. *Behav. Res. Ther*, 32(5), 497-502. [doi.org/10.1016/0005-7967\(94\)90136-8](https://doi.org/10.1016/0005-7967(94)90136-8)

- Stever, G. S. (2011). Celebrity Worship: Critiquing a construct. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(6), 1356-1370. DOI: 10.1111/j.1559-1816.2011.00765.x
- Thompson, J. K. (1996). *Body image, eating disorders, and obesity: An integrative guide for assessment and treatment*. American Psychological Association.
- Triadanti. (2019, Februari 26). *Jadi gaya hidup, benarkah fans K-pop kaya raya atau cuma modal kuota?*. IDN TIMES.
<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota/6>
- Wirawati, I. (2013, September 1). *Definisi mahasiswa*. SlideShare.
<https://www.slideshare.net/isnawirawati/definisi-mahasiswa>
- Yolanda, A. (2019). *Hubungan antara celebrity worship dengan body image pada perempuan dewasa awal fans idol K-pop* [Skripsi sarjana tidak dipublikasikan]. Universitas Katolik Widya Mandala.