

HUBUNGAN *CELEBRITY WORSHIP GIRLBAND BLACKPINK* DENGAN *BODY IMAGE* PADA REMAJA DI KOMUNITAS *BLINK* PALEMBANG

*Fika Putri Aryani*¹, *Nuzsep Almigo*²

Email: *fikaputriaryani@gmail.com*¹

Fakultas Psikologi Universitas Bina Darma Palembang^{1,2}

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan negatif antara *celebrity worship girlband blackpink* dengan *body image* pada remaja di komunitas *blink* Palembang. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 110 orang remaja di komunitas *blink* Palembang berusia 12-21 tahun. Perhitungan statistik menunjukkan hubungan yang sangat signifikan antara *celebrity worship* dan *body image* terhadap remaja komunitas *blink* Palembang. Analisis dilakukan melalui uji regresi linier sederhana, dan hasilnya mendukung hipotesis yang diajukan. Hasil tersebut dapat dilihat melalui nilai koefisien korelasi nilai $r = 0,539$ dengan nilai signifikansi (p) = 0,000 atau dengan kata lain $p \leq 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara *celebrity worship girlband blackpink* dengan *body image* pada remaja komunitas *blink* Palembang. Implikasi dari penelitian ini adalah sumbangsih dalam menambah wawasan pengetahuan serta pengembangan karya ilmiah pada bidang ilmu psikologi khususnya dalam bidang psikologi sosial mengenai *celebrity worship* dan hubungannya dengan *body image*.

Kata Kunci: Remaja; *Celebrity Worship*; *Body Image*; Komunitas; *Blackpink*

Abstract

The aim of this research is to find out whether there is a negative relationship between *celebrity worship girlband Blackpink* and *body image* among teenagers in the *Blink Palembang* community. This research uses a *non-probability sampling technique* with a *purposive sampling method*. Data collection was carried out using a questionnaire. The number of samples in this study was 110 teenagers in the *Palembang blink* community aged 12-21 years. Statistical calculations show a very significant relationship between *celebrity worship* and *body image* for teenagers in the *Palembang blink* community. The analysis was carried out using a simple linear regression test, and the results supported the proposed hypothesis. These results can be seen through the correlation coefficient value $r = 0.539$ with a significance value (p) = 0.000 or in other words $p \leq 0.05$. This shows that there is a very significant relationship between *celebrity worship girl band Blackpink* and *body image* among teenagers in the *Palembang blink* community. The implication of this research is a contribution to increasing knowledge and developing scientific work in the field of psychology, especially in the field of social psychology regarding *celebrity worship* and its relationship with *body image*.

Keywords: Adolescents, *Celebrity Worship*, *Body Image*, Community, *Blackpink*

PENDAHULUAN

Perkembangan budaya *Hally Wave* yang merujuk pada popularitas budaya Korea di dunia global terus meningkat secara signifikan terutama dalam kurun waktu satu dekade terakhir ini. Peningkatan popularitas ini terjadi seiring dengan berkembangnya teknologi informasi yang membuat seluruh masyarakat di belahan dunia manapun dapat dengan mudah mengakses konten-konten yang berhubungan dengan budaya Korea baik

berupa musik, drama, film, maupun *variety shows*. Konten-konten tersebut dikemas dengan seapik mungkin dengan visual yang memanjakan mata sehingga bisa menarik minat publik dunia (Alam et al., 2023).

Dari berbagai jenis konten Korea, musik K-Pop atau Korean Pop menjadi yang paling diminati mayoritas masyarakat terutama para remaja. Menurut data yang dihimpun oleh GoodStats, Indonesia menjadi negara dengan penggemar K-Pop terbanyak nomor satu di dunia pada tahun

2021. Penggemar adalah seseorang yang menggemari sesuatu dengan antusias dan secara kolektif kelompok penggemar akan membentuk kelompok penggemar (fanbase) atau fandom (Mihardja & Paramita, 2019). Fandom digunakan oleh penggemar untuk mencari informasi tentang idola mereka dan juga menjadi tempat berkomunikasi dengan kelompok dengan minat yang sama. Para penggemar K-Pop ini tersebar di berbagai daerah di Indonesia dan membentuk komunitas penggemar termasuk juga di kota Palembang.

Di Palembang sendiri, terdapat beberapa komunitas musik dan grup K-Pop yang tersebar di sosial media. Salah satunya adalah komunitas penggemar grup Blackpink atau biasa disebut Blink dengan akun instagram @blink_palembang. Komunitas ini dibuat sejak bulan Agustus 2022 dan hingga kini rutin mengadakan perkumpulan dengan berbagai kegiatan seperti karaoke bersama atau noraebang, melakukan cover dance, merayakan ulang tahun idolanya dan juga melakukan nonton bersama (nobar) konten yang dirilis idolanya.

Sebagai komunitas yang aktif melakukan berbagai kegiatan pengidolaan, membuat para anggota komunitas Blink yang mayoritas berusia remaja seringkali terekspos dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan idolanya dan

melakukan perilaku imitasi terhadap idolanya termasuk cara berbicara, gaya berpakaian, standar kecantikan hingga gambaran tubuh (body image) yang dianggap ideal. Body image merupakan suatu sikap atau perasaan puas dan tidak puas yang dimiliki oleh seseorang atau suatu individu tertentu terhadap tubuhnya sehingga dapat melahirkan suatu penilaian yang positif atau negatif pada dirinya tersebut. Rasa puas atau tidak puas terhadap tubuhnya tersebut dapat menyebabkan remaja memiliki *body image* yang positif ataupun negatif. *Body image* positif adalah apabila individu merasa puas akan tubuhnya baik itu mengenai ukuran tubuh, bentuk tubuh pada bagian tertentu ataupun secara keseluruhan, sehingga remaja tidak merasa tidak percaya diri ketika berhadapan dengan orang banyak, tidak merasa bersalah atas bentuk tubuhnya dan merasa puas dengan bentuk dan ukuran tubuh yang dimilikinya (Purwati et al., 2023).

Salah satu faktor yang mempengaruhi body image seseorang menurut Maltby (Lawton, 2012) adalah Celebrity worship. Celebrity worship adalah perilaku obsesi individu untuk terlalu terlibat di setiap kehidupan selebriti sehingga terbawa dalam kehidupan sehari-hari individu tersebut. Perasaan dan persepsi individu yang bersifat negatif terhadap tubuhnya yang dapat dipengaruhi

oleh sosok idola yang sering dilihatnya. Semakin intens pemujaan terhadap selebriti idolanya maka kebutuhan untuk mengetahui informasi bahkan keinginan meniru segala hal yang dilakukan selebriti tersebut akan semakin kuat. Semakin sering seseorang melihat sosok tubuh ideal tersebut maka semakin besar pula ketidakpuasan yang dimilikinya terhadap tubuhnya sendiri. Terlebih lagi apabila sosok yang menjadi model tubuh ideal tersebut merupakan selebriti yang diidolakannya.

Penelitian sebelumnya oleh (Arsy, 2023) mengenai Pengaruh Konsep Diri Dan *Celebrity Worship* Terhadap *Body Image* Pada Penggemar BTS. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 91 responden. Berdasarkan hasil analisis uji anova pada penelitian ini didapatkan nilai Sig. $0,000 < 0,05$, artinya nilai Sig. lebih kecil dari 0,05 sehingga bisa disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima, yang berarti terdapat pengaruh simultan antara konsep diri dan *celebrity worship* terhadap *body image* pada penggemar BTS.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian terdahulu yaitu terdapat perbedaan yang berasal dari subjek penelitian, lokasi penelitian yang digunakan, data-data yang digunakan. Berangkat dari latar belakang itulah maka peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian tentang *Celebrity Worship* Girlband Blackpink dengan *Body Image* pada remaja di Komunitas Blink Palembang yang belum pernah diteliti sebelumnya sehingga dapat dipertanggungjawabkan mengenai keaslian dalam penelitiannya.

KAJIAN PUSTAKA

Body Image

Cash dan Pruzinsky (Sari, 2019) mendefinisikan *body image* atau citra tubuh sebagai sikap yang dimiliki oleh seseorang terhadap tubuhnya yang dapat berupa penilaian positif atau negatif. *Body image* adalah istilah payung yang agak luas yang mencakup beberapa dimensi, seperti afektif, kognitif, perilaku, dan komponen persepsi. Thompson (Alfita & Sianipar, 2021) mendefinisikan *body image* sebagai persepsi seseorang terhadap ukuran, berat, dan elemen tubuh lainnya yang mempengaruhi penampilan fisiknya. *Body image* terbentuk sejak individu lahir dan berlangsung selama individu hidup. Banyak sekali yang dapat mempengaruhi *body image* seseorang, termasuk penilaian orang lain terhadap penampilan diri sendiri. Cash dan Pruzinsky (Sari, 2019) mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi *body image*.

a. Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan mempengaruhi citra tubuh seseorang. Wanita lebih sering mengalami ketidakpuasan terhadap

tubuhnya daripada laki-laki; umumnya, wanita memiliki citra tubuh yang negatif dan kurang puas dengan tubuh mereka. Daripada laki-laki, wanita biasanya lebih kritis terhadap tubuh mereka secara keseluruhan dan pada bagian tertentu. Perasaan kelebihan berat badan sering dikaitkan dengan persepsi tubuh yang buruk, terutama pada wanita. Ketika seorang laki-laki mempertimbangkan citra tubuh mereka, mereka lebih memperhatikan masa otot dibandingkan berat badan. *Body image* yang buruk biasanya dapat menyebabkan diet yang tidak konsisten, obesitas, gangguan makan, dan rendahnya harga diri, depresi, kecemasan, dan keseluruhan tekanan emosional.

b. Media Massa

Citra tubuh seseorang dapat dipengaruhi oleh gambaran yang ditampilkan oleh media massa. Media massa memiliki kekuatan besar dalam budaya sosial. Anak-anak dan remaja menghabiskan lebih banyak waktu menonton televisi sementara mayoritas orang dewasa membaca surat kabar dan majalah setiap hari. Menurut survei media massa, 83% majalah fashion dibaca oleh mayoritas perempuan dan anak perempuan.

Konsumen dapat dipengaruhi dalam berbagai cara oleh konsumsi media yang tinggi. Media massa sering menggambarkan standar kecantikan

perempuan sebagai tubuh yang kurus, yang berarti tingkat kekurusan yang dimiliki, dan kebanyakan wanita percaya standar yang digambarkan itu adalah standar tubuh yang sehat. Selain itu, media menggambarkan laki-laki yang ideal dengan tubuh yang berotot dan perut yang rata.

Pengaruh luar dapat memengaruhi citra tubuh. Untuk meningkatkan penjualan produk mereka, sumber media seperti televisi, internet, dan majalah sering menggambarkan orang lebih dekat dengan tipe tubuh ideal yang umum diterima. Akibatnya, gambar tubuh seperti itu mempengaruhi dan mempengaruhi orang, terutama anak-anak dan dewasa muda.

Menurut Levine dan Smolak (Sari, 2019), melihat foto model yang langsing membuat remaja dan perempuan merasa buruk tentang tubuh mereka. Secara keseluruhan, gambar seorang wanita yang langsing yang digambarkan oleh majalah *fashion* telah terbukti berdampak negatif secara langsung, termasuk peningkatan perhatian pada berat badan, ketidakpuasan tubuh, suasana hati yang buruk, dan penurunan persepsi bahwa dia menarik.

c. Hubungan Interpersonal

Ketika seseorang terlibat dalam hubungan interpersonal, mereka cenderung membandingkan diri dengan orang lain, dan komentar yang mereka terima tentang diri mereka berdampak pada konsep diri mereka, termasuk perasaan mereka tentang

penampilan fisik mereka, yang sering membuat orang gugup dan cemas dengan penampilan mereka. Pandangan dan perasaan tentang tubuh kita dipengaruhi oleh *feedback* yang kita dapatkan terhadap penampilan, kompetensi teman sebaya dan keluarga dalam hubungan interpersonal.

Faktor lain yang memiliki kontribusi dalam terbentuknya body image individu menurut Maltby (Lawton, 2012) adalah *Celebrity worship*. Perasaan dan persepsi individu yang bersifat negatif terhadap tubuhnya yang dapat dipengaruhi oleh sosok idola yang sering dilihatnya. Semakin intens pemujaan terhadap selebriti idolanya maka kebutuhan untuk mengetahui informasi bahkan keinginan meniru segala hal yang dilakukan selebriti tersebut akan semakin kuat.

Celebrity worship

Pemujaan terhadap selebriti (*celebrity worship*) adalah pemujaan yang dilakukan para penggemar terhadap selebriti atau idolanya. *Celebrity worship* juga merupakan konstruksi atau struktur identitas yang ditemukan pada individu pemuja selebriti yang memfasilitasi asimilasi psikologis dengan selebriti idolanya dengan tujuan untuk membangun kepuasan dan identitas diri individu.

Celebrity worship menurut Chapman (Fachlya et al., 2023) didefinisikan sebagai sebuah sindrom perilaku obsesif adiktif terhadap selebriti

dan segala sesuatu yang berhubungan dengan selebriti tersebut. *Celebrity worship* biasanya melibatkan satu atau lebih selebriti yang sangat disukai oleh individu sehingga individu seakan-akan tidak bisa terlepas dari hal-hal yang berhubungan dengan selebriti tersebut. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi *celebrity worship* McCutcheon (Lawton, 2012).

a. Usia.

Celebrity worship mencapai puncaknya pada usia remaja, dan menurun perlahan pada usia dewasa.

b. Keterampilan sosial.

Individu dengan ketrampilan sosial yang buruk menganggap *celebrity worship* sebagai kompensasi atas tidak terjadinya hubungan sosial yang nyata.

c. Jenis kelamin.

Laki-laki lebih cenderung mengidolakan selebriti perempuan, sedangkan perempuan cenderung memilih selebriti laki-laki sebagai idolanya, namun perempuan lebih mungkin untuk melakukan *celebrity worship* secara intens daripada laki-laki.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* sedangkan metodenya menggunakan *purposive sampling*. Pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan atas

ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Populasi dalam penelitian ini merupakan para anggota komunitas *Blink Palembang* yang hadir dalam acara Karaoke bersama atau *Noraebang* yang diselenggarakan di Palembang Indah Mall yang berjumlah 160 orang. Berdasarkan jumlah populasi tersebut, sampel penelitian ditarik dan ditentukan dengan mengadaptasi dari tabel Isaac dan Michael berdasarkan taraf kesalahan 5% (Sugiyono, 2013). Maka dari itu, diperoleh jumlah sampel sebanyak 110 orang.

Penelitian ini menggunakan metode analisis data yang dilakukan dengan dua tahap yaitu : 1) Melakukan uji asumsi atau persyaratan, 2) Melakukan uji hipotesis. Dalam hal ini uji asumsi atau persyaratan meliputi uji normalitas dan uji linieritas dengan bantuan program komputes Windows SPSS (*Statistical Package Social Science*) version 20.0 for windows.

Variabel body image diukur dengan menggunakan skala yang disusun sendiri oleh peneliti. Penyusunan skala dilakukan dengan mengacu pada aspek-aspek *body image* dengan berlandaskan teori yang dikemukakan oleh Thompson (Sari, 2019). Skala yang dibuat berjumlah 60 butir yang didalamnya terdapat 5 pilihan respon yang terdiri dari SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju), dan STS

(Sangat Tidak Setuju). 60 aitem tersebut kemudian dilakukan seleksi untuk mengeliminasi aitem yang tidak reliabel. Setelah dilakukan eliminasi, tersisa 53 aitem dengan nilai reliabilitas sebesar 0,892.

Untuk variabel *celebrity worship* yaitu menggunakan skala yang disusun sendiri oleh peneliti. Skala ini disusun dengan menggunakan acuan aspek *celebrity worship* dengan berlandaskan teori yang dikemukakan oleh Maltby (Lawton, 2012). Skala yang dibuat berjumlah 60 butir yang didalamnya terdapat 5 pilihan respon yang terdiri dari SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju). 60 aitem tersebut kemudian dilakukan seleksi untuk mengeliminasi aitem yang tidak reliabel. Setelah dilakukan eliminasi, tersisa 57 aitem dengan nilai reliabilitas sebesar 0,963.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Celebrity worship	110	90	235	165.39	28.191
Body image	110	125	195	157.31	14.424
Valid N (listwise)	110				

Statistik deskriptif merupakan aktivitas pengumpulan, penataan, peringkasan dan penyajian data dengan harapan agar data lebih bermakna, mudah dibaca dan mudah dipahami oleh pengguna data. Statistik deskriptif hanya sebatas memberikan deskripsi atau gambaran umum tentang

karakteristik objek yang diteliti tanpa maksud untuk melakukan generalisasi sampel terhadap populasi. Statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan atau memberikan gambaran mengenai karakteristik dari serangkaian data tanpa mengambil kesimpulan umum. Penyajian data statistik deskriptif biasanya dalam bentuk diagram atau tabel. Analisis statistik deskriptif terdiri dari nilai *mean*, *median*, *maksimum*, *minimum*, dan *standard deviation* (Ghozali, 2016). Berdasarkan tabel 1, variabel *celebrity worship* memiliki nilai terendah sebesar 90 dan nilai tertinggi sebesar 235. Sedangkan pada variabel *body image*, nilai terendah adalah 125 dengan nilai tertinggi 195. Analisis deskriptif selanjutnya adalah Mean dimana pada variabel *celebrity worship* memiliki mean 165,39 sementara pada variabel *body image* didapatkan mean 157,31. Analisis selanjutnya adalah standar deviasi. Standar deviasi atau simpangan baku merupakan suatu nilai yang menunjukkan tingkat atau derajat variasi kelompok atau ukuran standar penyimpangan dari reratanya (Febriani, 2022). Standar deviasi pada variabel *celebrity worship* yaitu 28.191 sementara pada variabel *body image* yaitu 14.424.

Tabel 2. Uji Normalitas

Variabel	K-SZ	Sig.	Ket.
<i>Celebrity worship</i>	0.599	0.866	Normal
<i>Body image</i>	0.981	0.291	Normal

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data dari variabel penelitian yang didapatkan berasal dari data yang memiliki distribusi secara normal atau tidak (Haniah, 2014). Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov pada tiap-tiap variabel yang memperlihatkan data pada kedua variabel yang digunakan dalam penelitian berdistribusi secara normal. Uji normalitas yang diperoleh dari variabel *Body image*, menunjukkan signifikansi sebesar 0,291 ($p > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada dimensi ini berdistribusi normal. Sedangkan untuk variabel *celebrity worship*, mengingat hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan signifikansi sebesar 0,866 ($p > 0,05$), dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa data untuk variabel ini juga memiliki distribusi normal.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	F	P	Ket.
<i>Celebrity worship (X) dengan Body image(Y)</i>	1.179	0.286	Linear

Uji linearitas dimanfaatkan untuk menilai linearitas data, yakni apakah terdapat keterkaitan linear antara dua variabel atau tidak (Makmur et al., 2020). Penilaian didasarkan pada kriteria bahwa ketika taraf signifikansi *deviation from linearity* ($p > 0,05$), dapat dianggap bahwa hubungan bersifat *linear*. Sebaliknya,

ketika taraf signifikansi ($p < 0,05$), hubungan dianggap tidak *linear* (Makmur et al., 2020).

Berdasarkan uji linieritas yang dilakukan pada variabel *celebrity worship* dengan *body image* menunjukkan hasil Koefisien F menunjukkan keterkaitan antara variabel bebas dan terikat, dinyatakan sebagai $F = 1.179$ dengan $p = 0.286$. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antar variabel, karena nilai $p > 0,05$.

Tabel 4. Uji Hipotesis

Variabel	r	R ²	P	Ket.
Celebrity worship (X) dengan body image (Y)	0.529	0.279	0.000	Signifikan

Apabila uji asumsi/persyaratan mampu terpenuhi, maka analisis data yang digunakan untuk mengetahui korelasi antara variabel bebas dan terikat adalah hubungan antara *celebrity worship* dengan *body image*, maka hipotesis tersebut diuji menggunakan teknik analisis regresi sederhana (*simple regression*). Regresi sederhana dapat digunakan apabila pada analisis regresi jumlah pada variabel bebas/predor hanya satu. Menurut (Sujarwo, 2017), analisis regresi merupakan suatu model matematis yang bisa dipakai untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih pada variabel.

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan, terbukti bahwa terdapat korelasi yang sangat signifikan antara *celebrity worship* dan *body image* pada 110 subjek penelitian remaja komunitas blink Palembang. Perhitungan statistik menunjukkan hubungan yang sangat signifikan antara *celebrity worship* dan *body image* terhadap remaja komunitas blink Palembang. Analisis dilakukan melalui uji regresi linier sederhana, dan hasilnya mendukung hipotesis yang diajukan. Hasil tersebut dapat dilihat melalui nilai koefisien korelasi nilai $r = 0,539$ dengan nilai signifikansi ($p = 0,000$ atau dengan kata lain $p \leq 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara *celebrity worship* girlband blackpink dengan *body image* pada remaja komunitas Blink Palembang.

Dari analisis hipotesis, diperoleh nilai sumbangan oleh *celebrity worship* dan *body image* sebesar $R^2 = 0.279$ atau 27,9% dan hal lainnya merupakan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Adapun faktor-faktor lain yang mempengaruhi *Body image* yaitu jenis kelamin, media massa, hubungan interpersonal, pengaruh berat badan dan persepsi gemuk dan kurus, budaya, siklus hidup, masa kehamilan, sosialisasi, konsep diri, peran gender, pengaruh distorsi *body image* pada diri individu

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara celebrity worship girlband blackpink dengan body image pada remaja di komunitas Blink Palembang. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat celebrity worship, maka akan semakin negatif body image remaja. Body image yang negatif akan membuat individu merasa tidak puas dan tidak percaya diri dengan bentuk tubuhnya sendiri. Beberapa subjek mengaku pernah melakukan berbagai macam diet ekstrim yang berbahaya demi mengikuti bentuk tubuh idolanya tanpa memikirkan imbas yang akan didapat. Individu yang memiliki tingkat celebrity worship tinggi juga mengaku menghabiskan uang yang banyak demi membeli *merchandise* ataupun barang-barang yang dipromosikan idolanya.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah adanya keterbatasan teori yang digunakan dalam penelitian ini serta pemilihan kosakata pada sebaran aitem skala yang digunakan peneliti juga mungkin kurang dipahami oleh responden. Bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk meneliti mengenai hubungan celebrity worship dengan body image agar mempelajari faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan celebrity worship

dengan citra tubuh remaja seperti jenis kelamin, media massa, hubungan interpersonal, persepsi gemuk/kurus (Alfian et al., 2020). Disarankan juga untuk lebih beragam dalam penggalan data dan meneliti faktor lain yang lebih mempengaruhi selain faktor harga diri serta memperbanyak data tambahan agar lebih jelas. Bagi penelitian selanjutnya dapat melihat kekurangan dari penelitian ini agar dapat lebih baik lagi. Disarankan untuk membuat alat ukur yang lebih baik dan menggunakan kalimat yang sederhana sehingga mudah dipahami oleh subjek dan juga peneliti selanjutnya dapat menggunakan populasi dan sampel yang lebih besar. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menjadi gambaran untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, W. M., Sandung, C. L., & Awaru, A. O. T. (2023). The Influence of the Korean Wave on the Dynamics of Multiculturalism Among Indonesia's Young Generation. *Journal of Indonesian Culture and Beliefs (JICB)*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.55927/jicb.v2i1.4431>
- Alfian, Abdullah, A., & Nurjannah. (2020). Faktor-faktor yang berhubungan dengan persepsi body image pada tenaga kesehatan di RSUD Meuraxa. *Jurnal Sago*, 2(1), 60–70.
- Alfita, L., & Sianipar, D. N. (2021). Perbedaan Body Image Ditinjau Dari Masa Perawatan Pada Wanita Di Oryza MS Glow. *Jurnal Diversita*, 7(1), 106–113.

- <https://doi.org/10.31289/diversita.v7i1.5141>
- Arsy, S. N. (2023). Pengaruh Konsep Diri Dan Celebrity Worship Terhadap Body Image Pada Penggemar BTS. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(9), 553–563.
- Fachlya, S., Taibe, P., & Purwasetiawatik, T. F. (2023). Pengaruh Celebrity Worship terhadap Perilaku Konsumtif pada ARMY di Masa Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(1), 195–201.
- Febriani, S. (2022). Analisis Deskriptif Standar Deviasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 910–913. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i1.8194>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haniah, N. (2014). *Uji normalitas dengan metode liliefors*.
- Lawton, J.-M. (2012). *AQA A Psychology A2 Student Unit Guide: Unit 4 New Edition EBook Psychology in Action and Research Methods*. Hodder Education.
- Makmur, Z., Arsyam, M., & Alwi, A. M. S. (2020). Strategi Komunikasi Pembelajaran Di Rumah Dalam Lingkungan Keluarga Masa Pandemi. *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(2), 231–241. <https://doi.org/10.35905/komunida.v10i02.1516>
- Mihardja, J., & Paramita, S. (2019). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS). *Koneksi*, 2(2), 393–400. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3915>
- Purwati, A. E., Asnarani, S. U., & Dewi, W. R. (2023). Dampak Media Sosial Terhadap Body Image Remaja Putri. *PREVENTIF: JURNAL KESEHATAN MASYARAKAT*, 14(3), 554–568.
- Sari, U. S. C. (2019). *Body Image*. PT. SAHABAT ALTER INDONESIA.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D* (19334th ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sujarwo, S. (2017). *Diktat Kuliah Statistik*. Fakultas Psikologi Universitas Bina Darma.