

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA  
KOMUNITAS K-POP DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk  
Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Stara Satu (S1)

Psikologi (S.Psi)



**Suk'ron Jazila**

**(J71215082)**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA**

**2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Hubungan Antara Konformitas dengan *Celebrity Worship* Pada Komunitas Kpop Di Surabaya” merupakan karya asli hasil penelitian yang diajukan untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain yang sama persis dengan karya ini, kecuali tertulis diacu dalam makalah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 25 Juli 2022



Suk'ron Jazila

**HALAMAN PERSETUJUAN**

SKRIPSI

HUBUNGAN KONFORMITAS DENGAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA KOMUNITAS  
K-POP DI SURABAYA

Oleh :

SUK'RON JAZILA

NIM. J71215082

Telah Disetujui Untuk Diajukan Pada Sidang Skripsi

Surabaya, 25 Juli 2022

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Abdul Muhid, M. Si

NIP. 197502052003121002

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA**  
**KOMUNITAS K-POP DI SURABAYA**

Yang disusun oleh:  
Suk'ron Jazila  
J71215082

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada Tanggal 25 Juli 2022

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan



Prof. Dr. Abdul Muhid, M.Si  
NIP. 197502052003121002

Susunan Tim Penguji  
Penguji I,

Prof. Dr. Abdul Muhid, M.Si  
NIP. 197502052003121002

Penguji II,

Dr. Suryani, S.Ag, S.Psi, M.Si  
NIP. 197708122005012004

Penguji III,

Dr. Nailatin Fauziyah, S.Psi, M.Si. M.Psi. Psikolog  
NIP. 197406122007102006

Penguji IV,

Syafruddin Faisal Thohar, M.Psi. Psikolog  
NIP. 198505092020121008



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300

E-Mail: [perpus@uinsby.ac.id](mailto:perpus@uinsby.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Suk'ron Jazila

NIM : J71215082

Fakultas/Jurusan : Psikologi dan Kesehatan/ Psikologi

E-mail address : [sukronjazila95@gmail.com](mailto:sukronjazila95@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Hubungan Antara Konformitas dengan *Celebrity Worship* pada Komunitas K-Pop di Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Juli 2022

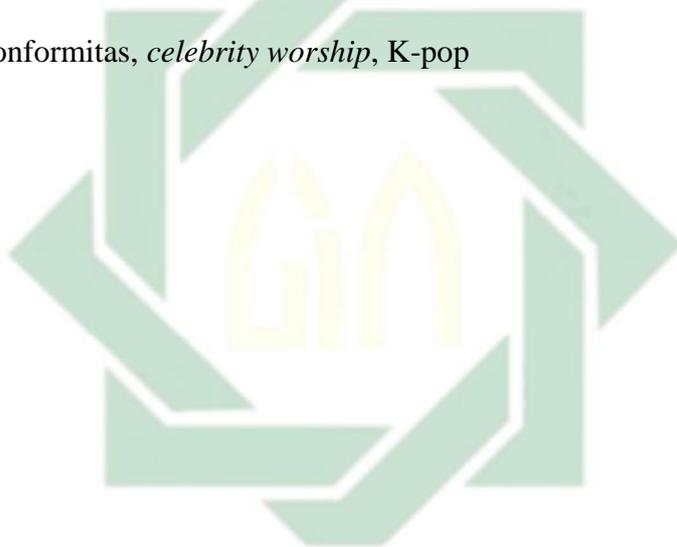
Penulis

(Suk'ron Jazila)

## INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan *celebrity worship* pada komunitas K-pop di Surabaya. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif korelasional parametrik dengan uji statistik *product moment*. Teknik pengambilan data yang dipakai pada penelitian ini menggunakan skala psikologi. Untuk variabel konformitas dan *celebrity worship* menggunakan skala yang diadaptasi dari penelitian sebelumnya berdasarkan aspek-aspek konformitas oleh Myers. Sedangkan untuk variabel *celebrity worship* menggunakan skala berdasarkan aspek-aspek *celebrity worship* oleh McCutcheon, Lange, dan Houran. Subyek penelitian ini berjumlah 50 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi  $p < 0,000 < 0,05$  yang dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel konformitas dengan *celebrity worship*. Hasil tersebut memiliki arah hubungan yang negatif dengan tingkat koefisien korelasi yang kuat, yaitu -0,664.

Kata kunci : konformitas, *celebrity worship*, K-pop

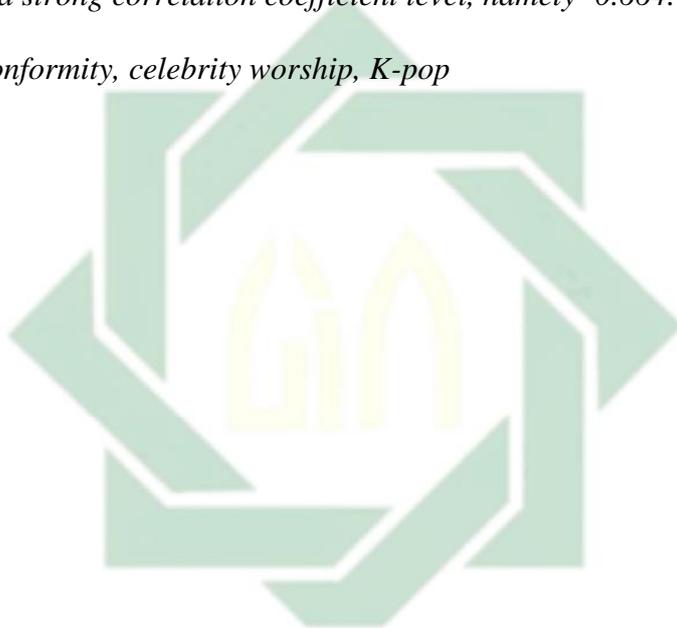


UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## ABSTRACT

*This study was conducted to determine the relationship between conformity and celebrity worship in the K-pop community in Surabaya. In this research, the method used is parametric correlational quantitative research with product moment statistical test. The data collection technique used in this study used a psychological scale. For conformity and celebrity worship variables, use a scale adapted from previous research based on aspects of conformity by Myers. Meanwhile, the celebrity worship variable uses a scale based on aspects of celebrity worship by McCutcheon, Lange, and Houran. The subjects of this study amounted to 50 people. The results of this study indicate a significance value of  $p < 0.000 < 0.05$  which means that there is a significant relationship between the conformity variable and celebrity worship. These results have a negative relationship direction with a strong correlation coefficient level, namely -0.664.*

*Key words : conformity, celebrity worship, K-pop*



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
INTISARI .....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Keaslian Penelitian.....	10
D. Tujuan Penelitian .....	16
E. Manfaat Penelitian .....	17
F. Sistematika Pembahasan.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	20
A. Celebrity Worshipi.....	20
B. Konformitas .....	23
C. Kerangka Teori .....	30
Gambar 1. Hubungan Konformitas dengan Celebrity Worship.....	30
D. Hipotesisi .....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Rancangan Penelitian.....	33
B. Identifikasi Variabel Penelitian .....	34
C. Definisi Operasional .....	34
D. Subjek Penelitian .....	35
<b>E. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....</b>	<b>35</b>
F. Instrument Penelitian .....	36
Tabel 3. 1 Kriteria skor jawaban skala <i>Celebrity Worship</i> .....	37
Tabel 3. 2 Blueprint skala <i>Celebrity Worship</i> .....	38

Tabel 3. 3 Blueprint skala Konformitas .....	39
G. Analisis Data .....	39
H. Validitas & Realibilitas .....	39
<b>Tabel 3.4 uji validasi item konformitas .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 3.4 uji validasi item <i>Celebrity Worship</i> .....</b>	<b>42</b>
<b>Table 3.5 Uji Realibilitas Konformitas .....</b>	<b>44</b>
<b>Table 3.6 Uji Realibilitas <i>Celebrity Worship</i> .....</b>	<b>45</b>
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN.....	46
A. Hasil Penelitian .....	46
<b>Tabel 4.1 Deskriptif subjek .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Berdasarkan Usia .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Berdasarkan Produk yang Dibeli .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....</b>	<b>52</b>
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas .....	53
B. Uji Hipotesis .....	54
<b>Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis .....</b>	<b>55</b>
C. Pembahasan.....	57
BAB V PENUTUP .....	62
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63
DAFTAR LAMPIRAN.....	66
Lampiran 1. Skala Penelitian .....	66
Lampiran 2. Skala <i>Celebrity Worship</i> .....	67
Lampiran 3. Data Demografi Subjek .....	70
Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian.....	71
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas & Realibilitas Variabel Penelitian .....	73
Lampiran 6. Uji Normalitas & Uji Linearitas .....	78
Lampiran 7. Uji Deskriptif & Uji Hipotesis .....	79
Lampiran 8. Informed Consent .....	81

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Majunya peradaban dunia didukung oleh meningkatnya globalisasi dan modernisasi, sehingga menyebabkan terjadi pertukaran budaya dari satu Negara ke Negara lain. Berdasarkan hal tersebut, bertukar informasi dan berkomunikasi semakin dimudahkan. Jarak kini bukan menjadi penghalang untuk saling bertukar informasi dan berkomunikasi. (Zamroni, 2009) berpendapat bahwasannya kondisi globalisasi yang melanda dunia dewasa ini berdampak dengan cepat untuk menyebarkan perkembangan ke daerah yang jauh pada planet bumi kita ini. Kemajuan teknologi seperti televisi, gadget dan lainnya mengakibatkan kita mudah menerima dan mengenal budaya dari berbagai belahan dunia.

Pada dewasa ini kemunculan suatu budaya korea sangat tidak susah sekali diterima oleh masyarakat Indonesia khususnya generasi muda salah satunya adalah music *Korean pop*. Fenomena tentang gaya maupun *style* mengenai korea telah mampu membuat remaja merasa tertarik untuk memahami, bahkan meniru budaya tersebut oleh pada usia remaja serta remaja pada Indonesia umumnya menyukai drama atau disebut dengan K-Drama dan Musik Pop Korea atau yang lebih dikenal dengan K-Pop (Nastiti dalam Pertiwi, 2013).

Korea Selatan merupakan negara dengan perekonomian yang maju, selain itu memiliki budaya hiburan yang sangat gemerlab dan membuat sebagian orang tertarik dengan hal tersebut. Dari segi entertainment yang ditampilkan

Korea Selatan memberikan pengaruh kuat sampai ke luar Korea Selatan. Contohnya adalah sektor dunia musikalisasi, dunia teatrical sandiwara, tentang dunia perfilm, bahkan hingga *trend style* yang diminati pada sebagian masyarakat luar, serta pada Indonesia. Industri lagu di Negara Korea Selatan terkenal oleh khalayak luar sebagai K-pop atau lebih jelasnya disebut Korean Pop. K-Pop atau Korean Pop yang merupakan gaya lagu atau nyanyian dari Negara korea dengan cara menampilkannya cukup mengagumkan. Pada umumnya beberapa jenis lagu dengan identik gaya K-Pop mempunyai ide berawal jenis gaya lagu lainnya seperti pada umumnya, seperti musik pop Barat, rock, jazz, R&B, electronic, dan hip-hop (rappler.com, 2017).

Pada mula gemparnya gaya K-Pop atau *Korean Pop* ini pada awal tahun 2002 saat drama yang ditayangkan oleh korea selatan dengan judul *Endless Love* sehingga banyak orang yang menyukai pertunjukkan tersebut, lalu berdasarkan drama dan megahnya pertunjukan membuat musik dari K-Pop berkembang di Indonesia. Dengan didukungnya sosial media yang sering dipakai oleh kalangan anak muda seperti *internet, facebook, twitter, youtube* dan sebagainya membuat proses masuknya budaya korea mudah untuk diakses oleh kawula muda Indonesia, serta lebih luasnya pada ranah seluruh negara. Bahkan bisa dikatakan bahwa media sosial merupakan jalan terkuat dari penyebaran *Korean Wave* (Wijayayanti, 2012).

*Celebrity worship* memiliki urgensi yang penting untuk dilakukan pembahasan dan kajian dikarenakan dampak berpotensi muncul. Individu-individu yang mengaplikasikan *celebrity worship* berpotensi menjadi seorang

stalker, perilaku yang muncul bisa mengambil dan lebih ekstrimnya adalah melakukan ancaman pada keamanan idola mereka (Sheridan, 2007). Serta dampak yang berpotensi tertampil adalah individu dengan kecenderungan *celebrity worship* ada kecenderungan gangguan psikologi, gangguan kepribadian *borderline*. Berdasarkan DSM-IV *borderline personality disorder* adalah sebuah gangguan dengan sikap yang tidak imbang untuk menjalin relasi dengan orang lain, terpacu pada gambaran diri, serta simptom yang muncul merupakan tingkah laku impulsif di masa dewasa awal dengan bentuk yang bermacam-macam sesuai konteksnya. Dalam hal lain juga Cheung dan Yue (dalam Sheridan, 2007) memaparkan mengenai efek buruk dari perilaku *celebrity worship* dapat membuat cara belajar seseorang cenderung menurun, lalu seseorang tersebut memunyai bentuk harga diri yang menjadi rendah, serta dapat menimbulkan kendala untuk memberikan keputusan di jati dirinya.

K-Pop fans atau K-Popers merupakan nama yang digunakan untuk para penikmat dan pecinta idola Korea mereka yang memiliki karya pada kancah industri musiknya. Yang mana para remaja menggemari beberapa penyanyi favorit K-Pop mereka. Lalu mereka memiliki kecenderungan memantau gerak-gerik dan perkembangan musik terbaru asal Korea Selatan tersebut. Serta secara nyata yang dapat dilihat di sekitar kita bahwa fans tersebut banyak yang bergabung di komunitas sesuai dengan nama idolanya. Kondisi tersebut menjadikan sebuah perkumpulan dengan sebutan familiarnya fanbase maupun fandom. Perasaan kagum, sayang, dan fanatisme dengan bentuk dari para fans dapat ditunjukkan menggunakan berbagai cara. Bisa diawali dari hanya

membeli karya musik idolanya secara langsung di album fisik maupun digital dengan lisensi yang resmi. Nyatanya tidak sedikit dari penggemar yang juga menanti konser idola kesayangan mereka yang kabarnya akan digelar pada Negara Kita. Negara kita Indonesia telah menjadi salah satu negara yang menjadi tempat kedatangan musisi luar negeri dan salah satunya adalah musisi K-Pop. Untuk pertengahan tahun 2018 dapat diketahui dari pengumuman mengenai adanya 4 musisi K-Pop yang menggelar konser musik di Indonesia, salah satunya adalah grup musik GOT7 dengan judul konsernya berupa “Eyes On You” di Ibukota Jakarta di tanggal 30 Juni tahun 2018 pada, KARD dengan jadwal yang sudah disusun yaitu tanggal 21 Juli 2018 lebih khususnya digelar di Hall Mall Kasablanka, Lalu disusul dengan grup Wanna One dengan pagelaran konser lainnya di Jakarta untuk tanggal 15 Juli 2018, selanjutnya ada grup musik Twice dengan gelaran konser solo mereka bertemakan “TWICELAND ZONE 2: Fantasy Park” pada tanggal 25 Agustus 2018 di Kota Jakarta (celebrity.okezone.com, 2018).

Selain itu seorang yang mengaku dirinya penggemar dapat merasakan kesedihan yang mendalam jika ditinggalkan oleh idolanya. Dikutip dari (tribunnews.com, 2017) terdapat sejumlah dua orang fans asal Negara Indonesia memunculkan kesedihan akibat meninggalnya salah satu idola K-Pop mereka bernama Jong Hyun dengan grup musiknya yaitu Shinee. Kasus meninggalnya Jong Hyun Shinee yaitu ditemukan tidak bernyawa karena aksi bunuh diri yang telah dilakukannya tersebut. Perasaan cinta yang mendalam kepada idolanya dengan adanya kehilangan dari kedua orang tuanya

memunculkan keinginan bunuh diri dari seseorang, orang tersebut bernama Devi. Beruntung, Devi masih bisa diselamatkan setelah dibawa ke rumah sakit oleh adiknya. Kemudian Devi meminta maaf kepada seluruh Shawol (sebutan untuk fans Shinee) dan juga kepada masyarakat lainnya karena telah menimbulkan kehebohan. Perasaan cinta, kagum, serta pemujaan yang berlebihan dari penggemar kepada idola mereka dapat disebut dengan *celebrity worship*.

Menurut McCutcheon dkk (dalam Frederika, Suprpto & Tanojo, 2015) *celebrity worship* merupakan hubungan imajinasi satu arah yang dikembangkan oleh individu kepada idolanya dan membuat individu tersebut terobsesi kepada idolanya. (Maltby, 2005) menjelaskan bahwa terdapat tiga komponen *celebrity worship*, yaitu: hiburan sosial, perasaan pribadi yang intens, dan borderline-pathological. Penelitian terkait dengan pemujaan terhadap artis idola telah dilakukan di Indonesia. Studi kasus telah dilakukan oleh (Darfianti dan Putra, 2012) terkait dengan pemujaan terhadap idola yang berdampak pada *intimate relationship* individu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua dari total empat partisipan tersebut menyatakan bahwa idola yang mereka gandrungi memiliki hubungan parasosial dengan artis idolanya. Empat partisipan tersebut menyatakan idola mereka adalah sosok seorang pasangan yang ideal dan merupakan representasi dari pasangan ideal. Selain itu, empat partisipan juga mengaku lebih memilih untuk menikmati kesendirian saat ini dan memilih untuk tetap menyukai artis idolanya dibandingkan harus memiliki pasangan.

Idola Pop atau bisa disebut dengan Demam Idol adalah figure yang memiliki pekerjaan yaitu menari, menyanyi, dan berakting diteater atau dipanggung serta muncul diacara televisi, berpose di majalah atau iklan yang dipromosikan melalui media (Aoyagi dalam Darfiyanti,2012). Salah satunya situs media *online* terbesar di Indonesia menggelar *polling* fans paling fanatik dan militan di Indonesia yang diikuti oleh 92.694 suara. Menurut media tersebut terdapat 10 fans yang paling fanatik terhadap idolanya, yaitu seperti: Shawol (Shinee), EXOL(EXO), ARMY(BTS), ELF(Superjunior), VIP(BIGBANG), Inner Circle(Winner), Melody (BTOB), Mon Bebe (Monsta), Aroha (ASTRO), BLINK (Blackpink). Hal ini memberikan gambaran bahwa banyak remaja mengalami *Celebrity Worship Syndrome* (pemujaan selebriti).

Sedangkan komunitas yang menaungi fans k-pop secara umum di Surabaya namanya KLOSS Community. Spesifiknya ada banyak seperti ARMY SURABAYA, EXOL SURABAYA, ELF SURABAYA, NCTZEN SURABAYA, CARAT SURABAYA dan masih banyak lagi.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Kumparan (kumparan.com) bahwa dari 100 responden penggemar K-Pop terdapat 56% penggemar yang rela menghabiskan waktunya 1-5 jam untuk mencari tahu kegiatan artis idolanya, dan 28% menghabiskan waktu lebih dari 6 jam untuk mencari tahu kegiatan artis idolanya tersebut. Umumnya seorang yang memuja artis atau mengidolakan artis masih berada diusia remaja dan dewasa muda. Survey lain dilakukan oleh Kumparan (kumparan.com) yaitu sebanyak 57% penggemar

berusia 12-20 tahun, 42% berusia 20-30 tahun, dan 1% berusia diatas 30 tahun. Pada kesempatan ini peneliti akan memfokuskan kriteria subjek yaitu pada penggemar yang berada di usia dewasa awal. Seorang dewasa awal seharusnya mampu mengontrol diri mereka dan memiliki perkembangan moral yang baik. Pada masa dewasa awal pengalaman merupakan cara mereka untuk mengevaluasi kembali kriteria terkait Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Kumparan (kumparan.com) bahwa dari 100 responden penggemar K-Pop terdapat 56% penggemar yang rela menghabiskan waktunya 1-5 jam untuk mencari tahu kegiatan artis idolanya, dan 28% menghabiskan waktu lebih dari 6 jam untuk mencari tahu kegiatan artis idolanya tersebut. Umumnya seorang yang memuja artis atau mengidolakan artis masih berada diusia remaja dan dewasa muda. Survey lain dilakukan oleh Kumparan (kumparan.com) yaitu sebanyak 57% penggemar berusia 12-20 tahun, 42% berusia 20-30 tahun, dan 1% berusia diatas 30 tahun. Pada kesempatan ini peneliti akan memfokuskan kriteria subjek yaitu pada penggemar yang berada di usia dewasa awal. Seorang dewasa awal seharusnya mampu mengontrol diri mereka dan memiliki perkembangan moral yang baik. Pada masa dewasa awal pengalaman merupakan cara mereka untuk mengevaluasi kembali kriteria terkait

Hal tersebut membuat remaja rela mengorbankan waktu demi mengikuti update-update tentang tokoh idola yang dikagumi. Tidak jarang remaja sampai berteriak-teriak histeris ketika idolanya datang dan dalam kehidupan sehari-hari para remaja dapat ikut menangis, begadang semalaman ketika sang idola mengalami suatu masalah. Gaya hidup remaja juga perlahan-lahan berusaha

untuk mengikuti gaya hidup sang idola, seperti model pakaian, model rambut, sepatu, dan lain sebagainya mengikuti tokoh idola (Ninggalih, 2011).

Kebanyakan yang mengidolakan selebriti biasanya berasal dari usia remaja (Marwawat,2013:3). Menurut hasil survey yang di lakukan di Indonesia terdapat hasil bahwa 60% penggemar *Korean Pop* berusia 12-22 tahun. Tentu pada masa remaja tidak terlepas dengan masa remaja. Masa remaja adalah transisi(peralihan) dari masa anak-anak menuju dewasa akhir yang melibatkan perubahan biologis, kognitif, dan sosio emosional (Santrock, 2011).

Dalam proses ini, remaja membutuhkan suatu figure teladan agar mereka bisa mencontoh figur tersebut. Hal yang terjadi saat ini adalah idola yang kurang baik sering menjadi panutan bagi mereka yang mencontohnya. Idola menjadi latar belakang perubahan tingkah laku remaja agar sesuai dengan tuntutan lingkungan teman sebaya yang memiliki idola yang sama (Ninggalih, 2011). Hal ini menunjukkan adanya suatu kebutuhan konformitas dengan teman sebaya untuk memenuhi tuntutan lingkungannya.

Pengidolaan atau pemujaan terhadap selebriti dikenal dengan istilah *celebrity Worship*. Menurut (Maltby & Liza, 2011) pemujaan selebriti (*celebrity Worship*) adalah bentuk kekaguman dengan intensitas yang tidak biasa dan memiliki satu sisi dimana seseorang individu mengetahui idolanya dan sebagai bentuk penghormatan. *celebrity Worship* dapat diidentifikasi melalui tiga tingkat yaitu :*Entertainment social*, merupakan ketertarikan pada selebriti untuk menghibur dan berfokus pada hiburan sosisal, *Intensive- Personal fans* yaitu mencerminkan perasaan pribadi yang intensif dan kompleksif

pada selebriti dan *Boordeline pathological fans* yaitu ditandai oleh perilaku tak terkendali dan fanatic terhadap selebriti idolanya (Maltby & Liza, 2011).

Menurut (Myer, 2012), Konformitas adalah perubahan dalam perilaku atau belief sebagai hasil dari tekanan sosial (kelompok) yang nyata. Perubahan yang dilakukan oleh remaja adalah semata untuk mengikuti lingkungan sosialnya sehingga remaja tersebut dapat diterima dilingkungannya. Oleh karena itu remaja cenderung melakukan perubahan perilaku sebagai hasil dari tekanan sosial yang nyata. Ada pengaruh yang membentuk konformitas dalam (Baron dan Byrne, 2003) salah satunya yaitu Pengaruh Sosial Normatif. Pengaruh Sosial Normatif yaitu salah satu alasan remaja melakukan konformitas adalah agar disukai orang lain dan menghindari diri dari penolakan sosial. Remaja juga harus belajar untuk menyetujui orang-orang disekitarnya dan bertindak seperti mereka yang akan membuat orang lain menyukainya.

Seorang teman memiliki pengaruh berlebih terhadap diri kita untuk alasan informasional. Jika teman mengidolakan seorang selebriti sebagai tokoh idolanya maka remaja yang sering mendapatkan informasi dari temannya, akan mengenal tokoh idola temannya dapat mendorong remaja untuk ikut menyukai tokoh idola tersebut (Denrell, 2008; & Le Mens, 2007 dalam Myers, 2012).

Berdasarkan pemaparan ini, diketahui bahwa *celebrity worship* dapat terjadi karena banyak faktor, salah satu faktor adalah faktor konformitas. Secara simulasi, peneliti ini memutuskan untuk melakukan penelitian supaya mengetahui apakah ada hubungan antara konformitas Dengan *celebrity worship* pada komunitas K-pop di Surabaya.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut dan mengetahui tema dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti serta subjek yang akan dilibatkan, maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini berupa “adanya hubungan antara konformitas dengan *celebrity worship* pada komunitas K-pop di Surabaya.

## C. Keaslian Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya Penelitian kedua Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Pecinta Korea Di Manado Ditinjau Dari Jenis Kelamin oleh Mandas; Suroso, Sarwindah, 2018) Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Subjek penelitian ini adalah 84 remaja pecinta Korea di Manado yang tergabung dalam 4 fandom yakni EXO-L, A.R.M.Y, BLINKS, dan ONCE. Hasil analisis korelasi product moment menunjukkan bahwa adanya suatu hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan celebrity worship ( $r_{xy} = -0,771$  pada  $p = 0,000$ ).

(Yunira Fauzia Nurohmah, Hendro Prakoso, 2019) dengan judul Hubungan *Psychological Well Being dan Celebrity Worship* pada Anggota *Fansclub EXO* di Bandung. *Celebrity worship* adalah bentuk perilaku dari rendahnya *psychological well being*, hasil dari gagalnya individu untuk menyesuaikan diri atau keluar dari tekanan dalam hidup. Disini para penggemar mencari segala informasi yang berhubungan dengan EXO di media sosial. Penggemar yang sering membeli barang-barang yang berkaitan dengan EXO bahkan mengenyampingkan kebutuhan yang lebih penting. Penggemar membuat akun palsu untuk membalas komentar negatif yang ditujukan kepada

EXO di media sosial. Individu dewasa awal akan lebih bijak dalam menyikapi hidupnya, mereka mendengarkan tanpa menunjukkan simbol-simbol pemujaan idola pop, akan tetapi masih banyak penggemar EXO yang berasal dari usia dewasa awal dan menunjukan perilaku-perilaku yang berlebihan. Penelitian ini menggunakan studi populasi sebanyak 78 orang. Metode yang digunakan adalah korelasional. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa terdapat hubungan negatif yang cukup erat antara *Psychological well being* dengan *Celebrity worship* sebesar -0,504 yang artinya *Psychological well being* adalah prediktor yang cukup baik terhadap *Celebrity worship* pada anggota Fansclub EXO di Bandung.

Renandya Angelica Maharani, Novendawati Wahyu Sitasari, Safitri M. Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul, Jakarta (2015) yang berjudul Hubungan *Subjective Well Being* Dengan *Celebrity Worship* Pada Anggota *Bollywood Mania Club* Indonesia Di Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan  $p = 0,000$  dengan koefisien korelasi sebesar -0,532, artinya hipotesis diterima yaitu terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *subjective well-being* dengan *celebrity worship* pada anggota BMCI di Jakarta. Berdasarkan nilai  $r^2$  menunjukkan bahwa *subjective well-being* memberikan kontribusi sebesar 28,3% dalam mempengaruhi *celebrity worship*, sedangkan 71,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Penelitian yang dilakukan oleh (John Maltby, Liza Day, Lynn E. McCutcheon, Raphael Gillett, James Houran dan Diane D. Ashe, 2004) yang berjudul *Personality and coping: A context for examining celebrity worship*

*and mental health*. Penelitian ini dimuat di jurnal *British Journal of Psychology* pada tahun 2004. Responden pada penelitian ini berjumlah 372 orang yang terdiri dari 182 pria dan 190 wanita dengan rentang usia antara 18 hingga 47 tahun. Responden dipilih berdasarkan yang berminat menjadi responden dari tempat kerja dan komunitas grup yang didatangi oleh peneliti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada kondisi tertentu terdapat hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dengan *mental health*, yaitu pada tahapan *intense-personal reasons*. Pada tahap ini ditemukan bahwa terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan depresi, kecemasan. Selain itu pada *entertainment-social* juga ditemukan hubungan yang signifikan dengan disfungsi sosial dan gejala depresi.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Lily Kusua dan Lia Yuliawati yang berjudul *Self-Esteem And Celebrity Worship on Late Adolescent*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara self-esteem dan ketiga tingkat dari *celebrity worship* pada remaja akhir. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 266 mahasiswa.

Pada penelitian lain yang dilakukan oleh (Mutia, Mawardah & Dwi, Huriyati, 2020) dengan judul Hubungan antara Harga Diri dan Konformitas *Celebrity Worship* dengan Konformitas Teman Sebaya di SMPN 9 Palembang dengan populasi jumlah 145 siswa SMPN 9 Palembang dan dijadikan sampel sebanyak 100 siswa yang didapat melalui teknik *purposive sampling*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala konformitas teman sebaya dan skala *celebrity worship*. Teknik analisis menggunakan analisis regresi

sederhana dengan bantuan SPSS versi 20.0 yang memberikan hasil koefisien korelasi sebesar 0,429 dengan koefisien determinasi (R square) sebesar 0,184 serta nilai signifikansi penelitian dua variabel sebesar  $p = 0,000$   $p < 0,01$ . Hal ini menyatakan menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sangat signifikan antara konformitas teman sebaya dengan *celebrity worship* pada siswa SMPN 9 Palembang sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 18,4%. Pada penelitian yang dilakukan peneliti tersebut memiliki perbedaan dengan beberapa aspek yang ada di dalam penelitian yang sedang dilakukan ini. Perbedaan tersebut salah satunya adalah dari subjek yang dilibatkan terkait permasalahan tema penelitian konformitas dengan *celebrity worship*, dimana pada penelitian ini menggunakan subjek dari komunitas K-pop yang ada di Surabaya. Selain itu pula dari total sampel yang digunakan dalam penelitian ini ada di angka 50 orang dan berbeda dengan penelitian dari Mutia, Mawardah & Dwi, Huriyati yang menggunakan subjek penelitian sebesar 100 orang siswa di SMPN 9 Palembang.

Kemudian penelitian tersebut didukung dengan penelitian yang tema permasalahannya sama yaitu konformitas dengan *celebrity worship*. Penelitian yang dimaksud adalah dari (Ferederika, Suprpto, Tanojo, 2015) dengan judul Hubungan antara Harga Diri dan Konformitas dengan *Celebrity Worship* pada Remaja di Surabaya. Penelitian tersebut Menggunakan sampel penelitian sejumlah 100 orang yang duduk di bangku kelas VII di SMP Negeri 43 Surabaya dengan menggunakan teknik pengambilan sampel penelitian, yaitu *incidental sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode

penelitian kuantitatif. Untuk analisis data sendiri pada penelitian tersebut dengan menggunakan korelasi *product moment* Pearson dan Spearman. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ferederika, Suprpto, Tanojo menampilkan hasil bahwa ada hubungan positif antara harga diri dan *celebrity worship* pada remaja di SMP Negeri 43 Surabaya, dengan nilai koefisien korelasi  $p = 0,265$ , dan nilai signifikansi korelasi sebesar  $p < 0,05$ , sedangkan pada korelasi lain memunculkan hasil tidak ada hubungan antara konformitas dan *celebrity worship* pada remaja di SMP Negeri 43 Surabaya dengan memunculkan nilai koefisien korelasi  $r=0,106$ , sedangkan pada nilai signifikansi korelasinya sebesar  $p>0,05$ . Perbedaan dengan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti salah satunya dari jenis variabel yang digunakan. Variabel pada penelitian tersebut menggunakan tiga variabel dimana ada dua variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu variabel harga diri dan konformitas dengan variabel *celebrity worship*. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan menggunakan satu variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu variabel konformitas dengan variabel *celebrity worship*. Selain variabel yang digunakan, terdapat perbedaan lainnya yaitu dari jenis subjek yang dilibatkan dalam penelitian dan jumlah sample subjek. Dimana pada penelitian ini menggunakan subjek pada komunitas K-pop di Surabaya dengan jumlah sampel penelitian ada di jumlah 50 orang.

Penelitian yang lainnya dilakukan oleh (Rahayu Fajariyani, 2018) dengan judul Hubungan Kontrol Diri dengan *Celebrity Worship* pada Penggemar K-POP. Penelitian tersebut melibatkan ada sejumlah 80 orang subjek penelitian.

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menyebarkan dua skala dari variabel penelitian. Untuk teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan analisis korelasi *product moment*. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan *celebrity worship* bernilai sebesar  $r = 0,143$  dan nilai korelasi variabel sebesar  $p = 0,204 > 0,05$ . Pada penelitian tersebut memiliki beberapa poin pembahasan yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan sekarang. Salah satunya ada pada variabel bebas yang digunakan, pada penelitian tersebut menggunakan variabel bebas berupa kontrol diri dimana ini berbeda dengan variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu konformitas. Untuk jumlah subjek yang digunakan juga memiliki perbedaan jumlah, dimana pada penelitian yang dilakukan tersebut berjumlah 80 orang sedangkan pada penelitian ini menggunakan sejumlah 50 orang.

Pada penelitian lain yang masih memiliki kesamaan tema penelitian dilakukan oleh (Ningsih, 2021) dengan judul Hubungan antara Religiusitas dengan *Celebrity Worship* pada Remaja Penggemar K-pop di Pekanbaru. Subjek yang dilibatkan pada penelitian ini berkisar ada 200 orang dengan menggunakan teknik pengambilan sampling yaitu *accidental sampling*. Teknik uji analisis data yang digunakan adalah dengan uji korelasi *spearman's rho*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar  $r = -0,593$  dengan nilai signifikan korelasi sebesar  $p = 0,000 < 0,05$  dimana hasil pada penelitian ini dapat diartikan terdapat hubungan negatif yang signifikan antara religiusitas dan *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop. Artinya,

semakin tinggi religiositas maka semakin rendah *celebrity worship* pada penggemar K-pop dan begitu sebaliknya. Perbedaan yang ada pada penelitian tersebut jika dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan adalah dari jenis variabel bebas yang digunakan, yaitu dari variabel religiositas dan pada penelitian ini menggunakan variabel konformitas. Selain itu perbedaan terjadi pada jumlah subjek yang dilibatkan pada penelitian, dimana pada penelitian tersebut mengambil 200 orang untuk digunakan sebagai subjek. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan menggunakan subjek penelitian sebanyak 50 orang.

Penelitian dengan tema yang sama lainnya dilakukan oleh (Rosida, 2019) dengan judul Hubungan antara *Self-Esteem* dan Kesiapan dengan *Celebrity Worship* pada Wanita Dewasa Awal Penggemar K-POP. Penelitian tersebut menggunakan subjek penelitian sebanyak 1203 orang dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara *self-esteem* dan *celebrity worship*, serta hubungan positif antara kesepian dengan *celebrity worship*. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan ada pada variabel bebas yang digunakan dan jumlah subjek yang dilibatkan. Pada penelitian ini menggunakan variabel bebas konformitas dengan subjek yang dilibatkan dalam penelitian ini sebanyak 50 orang.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Dari hasil pemaparan yang sudah dijelaskan pada latar belakang serta rumusan masalah diatas, dapat diketahui tujuan dari penelitian ini yakni “untuk

mengetahui apakah ada hubungan antara konformitas Dengan *Celebryti Worsip* pada komunitas KLOSS di Surabaya”.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Untuk memperluas pemahaman dibidang psikologi, khususnya berkaitan dengan tema penelitian ini yaitu Hubungan Antara Konformitas Dengan *Celebrity Worship* Pada Komunitas KLOSS Surabaya.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan umumnya kepada masyarakat luas dan para remaja penggemar *Korean Pop* atau selebriti tertentu, sehingga dapat memberikan pemahaman yang mendalam kepada masyarakat dan remaja mengenai Hubungan Antara Konformitas dan *Worship* Pada Komunitas KLOSS Surabaya.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Pada penelitian ini terdapat sistematika pembahasan yang didalamnya berisikan penjelasan pada masing-masing Bab, sehingga dapat diperoleh bahwa Bab I menunjukkan mengenai penjabaran latar belakang dimulai dari pemaparan fenomena sosial yang terjadi lalu disertakan data atau fakta terlampir dari berita untuk menunjukkan deskripsi fenomena secara sistematis dan diperkuat oleh penelitian terdahulu. Latar belakang menggambarkan tentang urgensi dari tema penelitian ini untuk segera bisa dilaksanakan dan didapatkan hasilnya karena adanya fenomena nyata yang sedang melanda dari

remaja dan terkait oleh K-Pop. Setelah latar belakang selesai dibahas dan didapatkan alasan yang kuat untuk dilakukan penelitian maka peneliti menjabarkan mengenai rumusan masalah dengan berdasarkan dari latar belakang yang ada, lalu membeberkan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang dibahas pada sub-bab keaslian penelitian, lalu peneliti memberikan penjelasan tentang tujuan dari penelitian ini dilakukan, manfaat penelitian untuk mengetahui kegunaan dari hasil pada penelitian ini, serta sistematika pembahasan dengan harapan dapat menggambarkan secara bertahap mengenai pembahasan tiap Bab pada penelitian yang dilakukan.

Sedangkan pada Bab II menunjukkan tentang kajian teori yang didalamnya menjabarkan mengenai definisi dari tiap variabel, aspek-aspek yang terkandung pada tiap variabel untuk bisa dipahami, serta mengenai faktor penyebab terjadinya variabel yang dipahami untuk mengetahui dan lebih memahami lagi mengenai variabel yang sedang dibahas. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah konformitas dan variabel *celebrity worship*.

Lalu pada Bab III selanjutnya dibahas mengenai rancangan pada penelitian yang dilakukan dengan menunjukkan metode penelitian yang digunakan. Selain itu menunjukkan tentang teknik uji yang digunakan untuk menentukan hasil hipotesis, serta adanya klasifikasi dan penjabaran mengenai variabel yang dibahas pada identifikasi variabel. Lalu pembahasan disusul dengan penjabaran tentang definisi operasional yang digunakan pada penelitian serta populasi yang digunakan oleh peneliti dan sampel yang diambil untuk

dijadikan responden penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian dengan menunjukkan angket beracu dari skala psikologi, menggunakan teknik analisis statistik mulai dari uji prasyarat sampai ke uji hipotesis yang digunakan. Selain itu memunculkan hasil dari uji validitas item dengan disertai hasil dari uji realibilitas tiap variabel untuk melihat kesesuaian dan kekuatan alat ukur yang digunakan.

Lalu pada Bab IV pada penelitian ini menggambarkan mengenai hasil dari penelitian yang dilakukan. Hasil tersebut dimulai dari gambaran umum dari subjek penelitian yang dilibatkan. Lalu setelah itu menunjukkan secara deskriptif mengenai subjek yang terdata secara angka dari faktor demografi yang ada, faktor tersebut dimulai dari umur, jenis kelamin, produk yang dibeli oleh subjek dari idolanya. Setelah itu menunjukkan mengenai hasil dari uji prasyarat yang dilakukan untuk dapat ditentukan cara atau teknik uji hipotesis menggunakan statistik parametrik atau non parametrik. Uji prasyarat yang digunakan pada penelitian ini adalah uji normalitas untuk menentukan sebaran data dari penelitian ini berdistribusi normal atau tidak normal, lalu uji prasyarat selanjutnya adalah uji linearitas untuk dapat memberikan gambaran mengenai hubungan searah dari data dua variabel penelitian. Lalu dilanjutkan pada sub-bab pembahasan yang berisi mengenai teori yang sesuai dengan hasil penelitian yang telah dimunculkan

Untuk Bab V menunjukkan gambaran secara keseluruhan dari proses yang dilakukan pada penelitian ini. Gambaran tersebut dituangkan dalam bentuk kesimpulan dan saaran untuk peneliti selanjutnya maupun pada pihak terkait.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Celebrity Worship

##### a. Definsi Celebrity Worship

Berdasarkan Mc Cutcheon (Fredika, suprapto&Tanojo, 2015) *celebrity Worship* merupakan suatu bentuk dari hubungan satu arah yang terjadi pada seorang dengan artis idolanya dimana seseorang menjadi terobsesi terhadap selebriti. Yue dan Cheung (Liu, 2013) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai bagian tertentu dari idol *worship* dan merupakan seseorang yang dikenal secara luas serta memiliki pengaruh yang tinggi terhadap masyarakat dan media. Chapman (Sunarni, 2015) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai sebuah sindrom perilaku obsesif adiktif terhadap artis dan segala sesuatu yang berhubungan dengan artis tersebut.

Sheridan dkk (2007) menjelaskan bahwa *celebrity worship* sudah menjadi perhatian dalam investigasi psikologis. Berawal dari dua penelitian kecil, kini berkembang menjadi literatur *celebrity worship*. Penelitian pertama menguji hubungan antara *celebrity worship* dengan adiksi, penelitian kedua menguji hubungan *celebrity worship* dengan kriminalitas.

Menurut Raviv (dalam Darfiyanti & Putra,2012) kata *worship* yaitu merupakan bentuk pemujaan dan tingkat pemujaan terhadap idola yang sangat tinggi. Menurut Anderson dkk *celebrity worship* dapat diartikan

sebagai penyembahan terhadap tokoh selebriti. Seseorang sangat tertarik dan terobsesi dengan selebriti (Benu dkk, 2019).

Pemujaan selebriti (Celebrity Worship) adalah suatu bentuk dari hubungan parasosial dimana seseorang menjadi terobsesi terhadap selebriti (McCutcheon, Ashe, Houran, & Maltby, 2003). Hubungan parasosial adalah hubungan yang diimajinasikan antara fans dengan sosok yang diidolakan yang bersifat satu arah, dari fans kepada idola (Dita & Bagus, 2012). Celebrity worship dibagi menjadi tiga level, yaitu: entertainment social value, motivasi yang mendasari pencarian aktif fans terhadap selebriti, intense-personal feeling, refleksi perasaan intensif dan kompulsif terhadap selebriti, dan borderline-pathological tendency, sikap seperti kesediaan melakukan apapun demi selebriti (Maltby, dkk., 2005).

Celebrity worship dikatakan berada disepanjang kontinum. Maltby, Houran dan McCutcheon (Sheridan, 2007) dengan menggunakan CAS untuk mengukur *celebrity worship*, mengaitkan tiga komponen celebrity worship (hiburan sosial, hubungan intens personal, borderline-patologis) dengan tiga dimensi kepribadian Eysenck. 12 (ekstraversi, neurotisme, dan psikotisme). Lebih spesifik telah ditemukan hubungan positif antara celebrity worship dengan alasan hiburan sosial dan ekstraversi, celebrity worship dengan alasan intens-personal dan neurotisme, serta celebrity worship yang didorong dengan pemikiran dan perilaku patologis dengan psikotisme (Sheridan dkk, 2007).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa celebrity worship merupakan suatu hubungan satu arah antara individu dengan artis idola yang memiliki pengaruh besar pada media, sehingga individu menjadi obsesif dan adiktif dengan artis idolanya dan dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan artis idolanya tersebut.

b. Aspek-aspek Celebrity Worship

Aspek-aspek yang ada dalam komponen *celebrity worship* menurut Maltby dkk (2005) adalah sebagai berikut :

1. *Entertainment social value*, motivasi dari dalam diri seseorang untuk terus melakukan pencarian info tentang celebrity favoritnya salah satunya melalui media sosial.
2. *Intense-personal-feeling*, refleksi dari perasaan intensf dan kompulsif terhadap selebriti. Hal tersebut bisa menyebabkan seseorang memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun tentang selebriti.
3. *Borderline-pathological tendency*, ketersediaan seseorang untuk melakukan apapun demi selebriti favoritnya, hal ini cenderung tidak terkontrol dan menjadi lebih irasional.

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Celebrity Worship*

Menurut Mc Cutchen dkk (2002) terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku *celebrity worship*, yaitu :

1. Umur
2. Pendidikan
3. Keterampilan social &,Konformitas

#### 4. Jenis kelamin

Sedangkan Menurut Swami dkk (2011) mengungkap bahwa terdapat faktor lain yang berhubungan dengan *celebrity worship*, yaitu :

1. Aspek religiusitas
2. Body image
3. Kepribadian

Menurut (Chapman, 2015) *Celebrity Worship* merupakan sindrom perilaku obsesif dan adiktif pada segala hal yang berhubungan dengan selebriti yang dikagumi. Semakin tinggi tingkat individu dalam mengagumi idolanya, maka semakin tinggi juga keterlibatan individu tersebut dengan selebriti yang diidolakan (*celebrity involvement*).

*Celebrity Worship* dipengaruhi oleh kebiasaan individu dalam melihat, mendengar dan membaca serta mempelajari mengenai kehidupan selebriti idolanya secara mendalam dan berlebihan, sehingga dapat menimbulkan sifat empati, identifikasi, obsesi, dan asosiasi yang dapat menimbulkan konformitas (Maltby, Houran dan McCutcheon, 2004).

## B. Konformitas

### 1. Defnisi Konformitas

Menurut (Christi, 2006), Suatu perilaku untuk menyesuaikan diri dengan kelompok dan menyebabkan kita mengikuti sikap, pendapat, dan perilaku dalam kelompok disebut dengan konformitas. Menurut (Sarwono, 1984) mendefinisikan konformitas adalah kesesuaian antara perilaku

individu dengan perilaku kelompok atau perilaku individu dengan harapan orang lain tentang perilakunya.

Menurut Rakhmat (2000), konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang nyata atau yang dibayangkan. Perubahan yang dilakukan remaja adalah semata untuk mengikuti lingkungan sosialnya sehingga remaja tersebut dapat diterima oleh lingkungannya.

(Taylor, 2009) yang mengemukakan bahwa konformitas merupakan tendensi individu untuk mengubah keyakinan atau perilaku sehingga sesuai dengan orang lain. Hal tersebut dilakukan individu sebagai bentuk penyesuaian diri terhadap lingkungannya. (Myers, 2012) mengartikan konformitas tidak hanya sekedar berperilaku atau bertidak sesuai dengan yang orang lain lakukan, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana kelompok bertidak. Konformitas merupakan suatu tindakan atau pola berpikir yang berbeda pada biasanya bila dilakukan oleh individu itu sendiri. (Baron dan Byrne, 2005) mengatakan bahwa konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap atau perilakunya agar sesuai dengan norma kelompok atau sosial di lingkungannya. Konformitas berarti mengikuti pada tekanan kelompok meskipun tidak secara langsung adanya permintaan untuk mengikuti apa yang dilakukan oleh kelompok. (Sarwono, 2005) definisi tentang konformitas mengandung dua unsur, yaitu selaras (*congruent*) dan gerak (*movement*). Selaras merupakan persetujuan atau kesamaan antara respon

oleh individu dengan respon yang secara sosial dianggap “benar”. Sedangkan gerak adalah perubahan respons dalam kaitannya dengan standar sosial.

Selanjutnya Menurut (Baron dan Byrne, 2003) konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah suatu sikap dan tingkah laku mereka sesuai dengan norma sosial yang ada. Ada dua pengaruh yang membentuk konformitas dalam (Baron dan Byrne, 2003), yaitu:

1. Pengaruh Sosial Normatif Salah satu alasan mengapa remaja melakukan konformitas adalah agar disukai oleh orang lain dan menghindari penolakan sosial. Atau remaja bisa belajar untuk menyetujui orang-orang di sekitarnya dan bertindak seperti mereka akan membuat orang lain menyukainya.
2. Pengaruh Sosial Informasional Pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk menjadi benar dan untuk memiliki persepsi yang tepat mengenai dunia sosial dengan menerima pendapat dari orang lain yang percayai.

Sedangkan Myers, (2012) mengemukakan bahwa konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan seseorang sebagai akibat dari tekanan kelompok yang terdiri dari dua jenis yaitu : 1) Pemenuhan, pada dasarnya di luar mengikuti apa yang dilakukan oleh suatu kelompok namun, di dalam hati tidak menyetujui hal tersebut yang biasa disebut dengan

kepatuhan. 2) Penerimaan, yaitu menyakini dan juga melakukan sesuai dengan apa yang diinginkan tekanan sosial.

Yang terakhir Menurut Rakhmat (2000), konformitas adalah perubahan suatu perilaku atau kepercayaan menuju kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang nyata atau yang dibayangkan. Perubahan yang dilakukan oleh remaja adalah semata untuk mengikuti lingkungan sosialnya sehingga remaja tersebut dapat diterima dilingkungannya. Oleh karena itu remaja cenderung melakukan perubahan perilaku sebagai hasil dari tekanan sosial yang nyata.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, dapat dimaknai bahwas konformitas adalah perubahan sikap dan perilaku yang terjadi pada diri seseorang karena adanya tekanan kelompok/sosial untuk menyesuaikan dirinya dengan norma dan etika sosial yang ada pada orang lain atau disebuah kelompok sehingga dirinya dapat diterima sebagai salah satu dari anggota kelompok dan merasa tidak diasingkan.

#### a. Aspek-aspek Konformitas

Baron dan Byrne (2005) dan Turner (dalam Surya, 1999) menyatakan bahwa seseorang yang konformitas terhadap kelompoknya jika perilaku individu didasarkan pada harapan kelompok atau masyarakat.

Dasar-dasar yang menyebabkannya konformitas adalah :

##### 1. Pengaruh sosial normative

Suatu Pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk disukai atau diterima oleh orang lain dan agar terhindar dari penolakan.

## 2. Pengaruh sosial informasional

Pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk menjadi benar. Menurut Turner hal ini didasarkan atas adanya pengaruh penerima pendapat suatu kelompok.

### b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Konformitas

Menurut Baron dan Bryne (2005) konformitas dipengaruhi oleh :

#### 1. Kohesivitas

Kohesivitas didefinisikan sebagai ketertarikan individu terhadap kelompok. Semakin besar kohesivitas, maka semakin tinggi pula keinginan individu untuk konform terhadap kelompok.

#### 2. Ukuran Kelompok

Jumlah anggota kelompok yang semakin besar akan mempengaruhi tinggi rendahnya suatu konformitas dalam kelompok tersebut.

#### 3. Jenis norma sosial yang berlaku pada situasi tertentu

Norma sosial yang berlaku dapat berupa norma deskriptif atau norma injungtif. Norma deskriptif yaitu norma yang hanya mengindikasikan apa yang sebagian besar orang lakukan pada situasi tertentu. Norma injungtif yaitu norma yang menetapkan pada tingkah laku yang diterima atau tidak diterima pada situasi tertentu.

Rakhmat (2000) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas terdiri dari dua faktor yaitu :

a. Faktor Situasional

1) Kejelasan Situasi

Semakin tidak jelas dan semakin tidak terstruktur suatu situasi, maka akan memperbesar kecenderungan untuk konform dengan kelompok.

2) Konteks Situasi

Terdapat situasi tertentu yang akan menghargai situasi konformis dan situasi kemandirian. Sesuai dengan teori behavioral, tentang *rewards punishment*, remaja yang mengetahui bahwa mereka akan disukai kelompoknya jika melakukan tindakan konformis, maka remaja tersebut akan cenderung melakukan konformitas tersebut pada masa mendatang.

3) Cara Penyampaian Penilaian

Bila seseorang harus menyampaikan responnya secara terbuka, maka akan cenderung melakukan konformitas dari pada jika mengungkapkannya secara rahasia.

4) Karakteristik Sumber Pengaruh

Pada beberapa hal individu lebih menyukai untuk konform dengan anggota yang lebih sesuai dengan keadaannya sendiri.

5) Ukuran Kelompok

Sampai pada tingkat tertentu terdapat hubungan positif antara jumlah anggota dengan konformitas. Semakin besar kelompok, kemungkinan konformisnya akan semakin besar pula.

#### 6) Tingkat Kesepakatan Kelompok

Kesepakatan pendapat merupakan suatu kekuatan sosial yang lebih mampu untuk menimbulkan konformitas.

#### b. Faktor Personal

##### 1. Usia

Pada umumnya, semakin tinggi usia seseorang, maka semakin berkurang kecenderungannya untuk konformitas

##### 2. Jenis Kelamin

Berdasarkan penelitian Rice, remaja putri ternyata lebih *conform* dari pada remaja putra, karena remaja putri mempunyai keinginan yang besar untuk menjaga harmonisasi, mencapai persetujuan, dan penerimaan sosial (Zebua dan Nurdjayadi, 2001).

##### 3. Stabilitas Emosional

Seseorang yang emosinya kurang stabil maka lebih mudah mengikuti kelompok dari pada orang yang emosinya stabil.

##### 4. Otoritarianisme

Kepribadian otoriter berkorelasi positif dengan konformitas.

##### 5. Kecerdasan

Semakin tinggi kecerdasan seseorang, maka semakin berkurang kecenderungan ke arah konformitas.

#### 6. Motivasi

Semakin tinggi motivasi seseorang untuk berprestasi maka semakin kecil pula konformitasnya.

#### 7. Harga Diri

Semakin tinggi kepercayaan diri seseorang, maka semakin sulit dipengaruhi oleh tekanan kelompok.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas secara garis besar terbagi menjadi dua faktor yaitu faktor situasional dan faktor personal. Faktor situasional meliputi kejelasan situasi, konteks situasi, cara menyampaikan penilaian, karakteristik sumber pengaruh, ukuran kelompok, dan tingkat kesepakatan suatu kelompok. Faktor personal meliputi usia, jenis kelamin, stabilitas emosi, otoritarianisme, kecerdasan, motivasi, dan harga diri.

### C. Kerangka Teori

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Konformitas Dengan *celebrity Worship* Pada Komunitas KLOSS Surabaya. Kerangka Teoritik pada penelitian ini ditunjukkan sebagai berikut :

Gambar 1. Hubungan Konformitas dengan *Celebrity Worship*



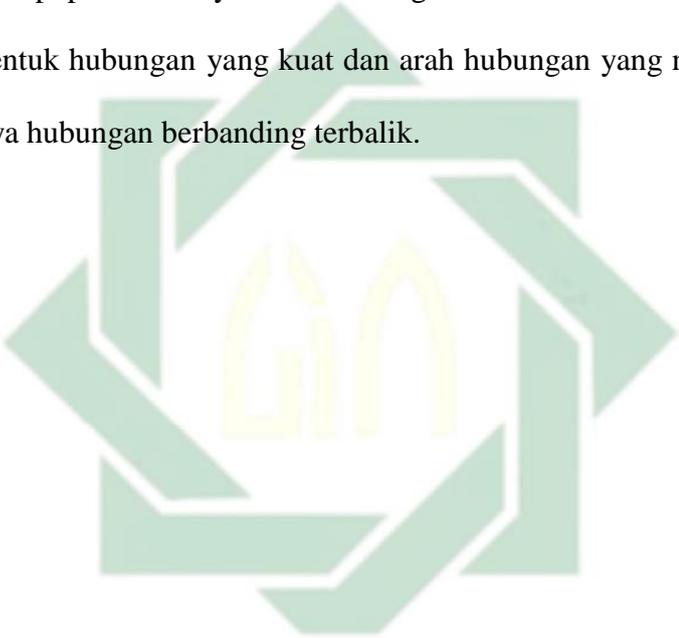
*celebrity Worship* merupakan suatu bentuk dari hubungan satu arah yang terjadi pada seorang dengan artis idolanya dimana seseorang menjadi terobsesi terhadap selebriti. komponen *celebrity worship* yaitu *Entertainment social value* (komponen yang paling rendah), *Intense-personal-feeling* (komponen yang paling sedang), dan *Borderline-pathological tendency* (komponen yang paling tinggi), (Maltby dkk, 2005).

Menurut Baron dan Byrne (2003), konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah suatu sikap dan tingkah laku mereka sesuai dengan norma sosial yang ada. Ada dua pengaruh yang membentuk konformitas yaitu 1. Pengaruh Sosial Normatif dan 2. Pengaruh Sosial Informasional. Pendapat lain menyatakan bahwa *celebrity worship* dapat terjadi karena banyak faktor, salah satu faktor adalah harga diri yang rendah dan faktor konformitas remaja dengan teman sebayanya. (Myers, 2012).

Maltby, dkk (2005) dapat menyimpulkan bahwa jika seseorang Konformitas rendah, maka mereka akan melakukan perilaku *celebrity worship* untuk menghindari ketidak sejahteraan dalam hidupnya. Dan menyebabkan aspek konformitas Pengaruh sosial normative yaitu Suatu Pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk disukai atau diterima oleh orang lain dan agar terhindar dari penolakan. (Maltby, dkk, 2005) mengungkapkan *celebrity worship* adalah bentuk perilaku dari rendahnya konformitas. Mereka merasa bahwa ketika mereka melakukan *celebrity worship* akan membuat mereka lupa dengan masalah yang sedang dihadapinya.

#### D. Hipotesis

Berdasarkan dari kerangka teoritik yang telah dibahas di atas, peneliti mampu memberikan sebuah hipotesis penelitian terkait dengan variabel dan tema penelitian yang dilakukan. Hipotesis yang dimunculkan oleh peneliti adalah adanya hubungan antara konformitas dengan *celebrity worship* pada komunitas K-pop di Surabaya. Pada hubungan kedua variabel ini diasumsikan terdapat bentuk hubungan yang kuat dan arah hubungan yang negatif dimana akan adanya hubungan berbanding terbalik.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Desain penelitian yang akan digunakan adalah kuantitatif korelasional, yakni sebuah metode untuk mengetahui adanya hubungan dan juga mengetahui tingkat dari hubungan antara dua variabel ataupun lebih (Arikunto, 2010). Kuantitatif merupakan metode yang tepat untuk mengetahui permasalahan secara jelas bersumber dari data-data yang berasal dari responden dengan jumlah banyak (Sugiyono, 2007). Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan metode menguji teori tertentu dengan meneliti korelasi antar variabel yang diukur dengan sebuah instrumen sehingga data yang didapatkan berupa angka-angka yang dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik (Creswell, 2014).

Terdapat dua variabel di dalam penelitian yang akan dilakukan, yaitu konformitas dan *celebrity worship*. Variabel konformitas sebagai variabel bebas, serta pada variabel *celebrity worship* sebagai variabel terikat. Pada penelitian ini kedua variabel dikorelasikan dengan menggunakan uji analisis statistik. Kedua variabel diukur menggunakan instrumen penelitian yang telah melalui *expert judgement*. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel empati dengan altruisme pada responden penelitian.

## B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu hal yang telah ditetapkan oleh peneliti agar mampu dipahami serta dapat dipelajari untuk memperoleh sebuah informasi mengenai hal tersebut. Pada akhirnya diperoleh sebuah kesimpulan dari penelitian tersebut. Maka variabel penelitian merupakan suatu hal yang berkaitan dengan penelitian untuk memperoleh suatu data. Hal itu disebut sebagai variabel karena nilai dari suatu data yang diperoleh adalah beragam macamnya (Noor, 2011). Variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Variabel Bebas (X) : Konformitas

Variabel Terikat (Y) : *Celebrity Worship*

## C. Definisi Operasional

### 1. *Celebrity Worship*

*Celebrity Worship* dipengaruhi oleh kebiasaan individu dalam melihat, mendengar dan membaca serta mempelajari mengenai kehidupan selebriti idolanya secara mendalam dan berlebihan, sehingga dapat menimbulkan sifat empati, identifikasi, obsesi, dan asosiasi yang dapat menimbulkan konformitas.

### 2. Konformitas

Konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah suatu sikap dan tingkah laku mereka sesuai dengan norma sosial yang ada.

#### **D. Subjek Penelitian**

Populasi adalah area keseluruhan yang terdapat subjek didalam yang cocok dengan karakteristik untuk dipelajari oleh peneliti sehingga mampu menyebutkan kesimpulan dari peneliti (Sugiyono,2007).

Populasi pada penelitian ini berjumlah 169 orang yang menjadi anggota di komunitas K-Popers di Surabaya dengan kriteria yang telah ditentukan.

#### **E. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah area keseluruhan yang terdapat subjek didalam yang cocok dengan karakteristik untuk dipelajari oleh peneliti sehingga mampu menyebutkan kesimpulan dari peneliti (Sugiyono,2007).

Populasi pada penelitian ini berjumlah 169 orang yang menjadi anggota di komunitas K-Popers di Surabaya dengan kriteria yang telah ditentukan

##### **2. Teknik sampling**

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Probability sampling*, dimana pada teknik sampling ini memberikan peluang yang sama kepada setiap unsure atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel penelitian (Sugiyono, 2007).

Untuk jenis sampling yang peneliti gunakan dalam *Probability sampling* adalah *Random sampling*, dimana pengambilan sampel berdasarkan dari semua anggota populasi.(Sugiyno,2007).

### 3. Sampel

Menurut Arikunto (2010) sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakteristik yang sama. Jika responden dalam populasi lebih dari 100 maka sampel yang dapat diambil 10% - 15% atau 25%-30%, dan sebaliknya jika responden kurang dari 100, Maka semua responden dalam populasi diambil sebagai sampel sehingga Penelitiannya menjadi penelitian populasi (Arikunto, 2010).

Berdasarkan jumlah populasi 169 anggota k-pops, Peneliti memilih untuk menggunakan taraf kesalahan sebesar 30% dari populasi, sehingga menjadi sampel 50 responden..

### F. Instrument Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasa dinamakan instrumen penelitian. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut dengan variabel penelitian (Sugiyono, 2007).

Penelitian ini menggunakan skala *Likert* yang telah dimodifikasi dan berisikan pernyataan-pernyataan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial yang ada (Sugiyono, 2010).

Item-item pada skala likert ini menggunakan 4 alternatif pilihan jawaban yang paling menggambarkan dirinya sendiri, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Berikut penjabarannya :

**Tabel 3. 1 Kriteria skor jawaban skala *Celebrity Worship***

Katagori jawaban	Skor	
	F	UF
SS	4	1
S	3	2
TS	2	3
STS	1	4

a. Definisi Operasional

*Celebrity Worship* : *Celebrity Worship* dipengaruhi oleh kebiasaan individu dalam melihat, mendengar dan membaca serta mempelajari mengenai kehidupan selebriti idolanya secara mendalam dan berlebihan, sehingga dapat menimbulkan sifat empati, identifikasi, obsesi, dan asosiasi yang dapat menimbulkan konformitas. *Celebrity Worship* diukur menggunakan skala *Celebrity Attitude Scale* berdasar pada aspek menurut McCutcheon, Lange, dan Houran (2004). Terdapat tiga dimensi *celebrity worship* menurut Maltby, Houran dan McCutcheon (2004) yaitu:

- 1) *Entertainment-social celebrity worship* mengacu pada suatu kondisi dimana seseorang tertarik pada kehidupan selebriti.
- 2) *Intense-personal celebrity worship*, suatu kondisi dimana individu merasa memiliki hubungan personal yang kuat dengan selebriti idolanya.
- 3) *Borderline-pathological celebrity worship*, suatu kondisi dimana individu memiliki berbagai keyakinan yang aneh terhadap selebriti.

Dalam penelitian ini *celebrity Worship* diukur dengan menggunakan skala *celebrity worship* yang telah dimodifikasi berdasarkan aspek *Entertainment-social celebrity worship*, *Intense-personal celebrity worship*

**Tabel 3. 2 Blueprint skala *Celebrity Worship***

ASPEK	Aitem	NOMOR ITEM		JUMLAH
		F	UF	
<i>Entertainment-Social</i>		2, 14,		10
		15, 16,		
		17,	-	
		18, 19,		
		20, 21,		
<i>Intense Personal Feeling</i>		31		13
		1, 3, 5,		
		6, 7, 8,		
		9,	-	
		10, 12,		
<i>Borderline Pathological</i>		25, 26,		11
		27, 28		
		4, 11,		
		13, 22,		
		23,	32	
	24, 29,		34	
	30, 33,			
	34			
<b>Jumlah</b>				<b>34</b>

b. Skala Konformitas

Skala ini digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya konformitas pada remaja. skala yang digunakan merupakan skala adaptasi berdasarkan teori dari Myers (2012)) yang terdiri dari 2 aspek :

- a. Pengaruh sosial normatif, Pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk disukai atau diterima oleh orang lain
- b. Pengaruh sosial informasional, didasarkan atas adanya pengaruh menerima pendapat kelompok.

**Tabel 3. 3 Blueprint skala Konformitas**

Aspek	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
Pengaruh Sosial Normatif	1,5,9,13	3,7,11,15	8
Pengaruh Informasional	2,6,10,14	4,8,12,16	8

### G. Analisis Data

Dalam analisis data penelitian ini akan menggunakan *Product Moment* dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS dalam sistem operasi *windows*. Perihal uji korelasi ini dilakukan untuk menemukan signifikansi yang positif antar dua variabel yakni konformitas dan *celebrity worship*.

### H. Validitas & Realibilitas

#### 1. Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukuran dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil alat ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut.

#### a. Konformitas

Data yang digunakan merupakan hasil skor dari kuesioner yang disebarkan. Data kuantitatif tersebut kemudian diuji validitasnya dengan menggunakan program SPSS 16 *for windows* dalam perhitungan korelasi. Pengujian validitas item atau uji diskriminasi item dilakukan sebanyak 2 kali untuk menentukan item yang paling valid. Berikut adalah hasil uji validitas item yang dilakukan pada variabel konformitas :

**Tabel 3.4 uji validasi item konformitas**

	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
ITEM 1	.637	Valid
ITEM 2	.644	Valid
ITEM 3	.431	Valid
ITEM 4	.528	Valid
ITEM 5	.731	Valid
ITEM 6	.434	Valid
ITEM 7	-.207	Tidak Valid
ITEM 8	.541	Valid
ITEM 9	.558	Valid
ITEM 10	.811	Valid
ITEM 11	-.204	Tidak Valid
ITEM 12	-.369	Tidak Valid
ITEM 13	.629	Valid
ITEM 14	.683	Valid
ITEM 15	.569	Valid

ITEM 16	.479	Valid
---------	------	-------

Adapun Pengukuran validitas adalah dengan menentukan besarnya menguji item-item mana yang memiliki daya beda item yang tinggi, yang mana sesuai dengan kaedah atau harga koefisien *Corrected Item Total Correlation*, jika lebih sama dengan 0,279 dianggap memiliki daya beda yang tinggi dan bisa dikatakan sebagai item yang valid. Sebaliknya jika harga koefisien *Corrected Item Total Correlation* di bawah 0,279, maka item tersebut dikatakan tidak valid. Nilai 0,138 didapatkan melalui r tabel *product moment* dengan jumlah responden penelitian di angka 50, r tabel ini tertera dalam buku Muhid, 2012.

Adapun item-item yang tidak valid adalah sebagai berikut: 7, 11, 12. Beberapa item tersebut dinyatakan tidak lolos setelah melalui 3 kali uji validitas. Dari harga koefisien *Corrected Item Total Correlation* dapat dilihat ada beberapa item yang dibawah 0,279 berjumlah 3 item yaitu 7, 11, 12.

b. *Celebrity Worship*

Data yang digunakan merupakan hasil skor dari kuesioner yang disebarkan. Data kuantitatif tersebut kemudian diuji validitasnya dengan menggunakan program SPSS 16 *for windows* dalam perhitungan korelasi. Pengujian validitas item atau uji diskriminasi item dilakukan sebanyak 2 kali untuk menentukan item yang paling valid. Berikut adalah hasil uji validitas item yang dilakukan pada variabel *Celebrity Worship* :

**Tabel 3.4 uji validasi item *Celebrity Worship***

	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
ITEM 1	.739	Valid
ITEM 2	.473	Valid
ITEM 3	.663	Valid
ITEM 4	.642	Valid
ITEM 5	.760	Valid
ITEM 6	.426	Valid
ITEM 7	.037	Tidak Valid
ITEM 8	.177	Tidak Valid
ITEM 9	.513	Valid
ITEM 10	.761	Valid
ITEM 11	.722	Valid
ITEM 12	.225	Tidak Valid
ITEM 13	.319	Valid
ITEM 14	.403	Valid
ITEM 15	.423	Valid
ITEM 16	.555	Valid
ITEM 17	.526	Valid
ITEM 18	.218	Tidak Valid
ITEM 19	.376	Valid
ITEM 20	.358	Valid
ITEM 21	.544	Valid
ITEM 22	.172	Tidak Valid
ITEM 23	.539	Valid

ITEM 24	-.054	Tidak Valid
ITEM 25	.553	Valid
ITEM 26	-.131	Tidak Valid
ITEM 27	.596	Valid
ITEM 28	-.054	Tidak Valid
ITEM 29	.676	Valid
ITEM 30	.404	Valid
ITEM 31	.424	Valid
ITEM 32	.432	Valid
ITEM 33	.178	Tidak Valid
ITEM 34	.326	Valid

Adapun pengukuran validitas adalah dengan menentukan besarnya menguji item-item mana yang memiliki daya beda item yang tinggi, yang mana sesuai dengan kaedah atau harga koefisien *Corrected Item Total Correlation* jika lebih sama dengan 0,279 dianggap memiliki daya beda yang tinggi dan bisa dikatakan sebagai item yang valid. Sebaliknya jika harga koefisien *Corrected Item Total Correlation* di bawah 0,279, maka item tersebut dikatakan tidak valid. Nilai 0,279 didapatkan melalui r tabel *product moment* dengan jumlah responden penelitian di angka 50, r tabel ini tertera dalam buku Muhid, 2012.

Adapun item-item yang tidak valid adalah sebagai berikut: 7, 8, 12, 18, 22, 24, 26, 28, 33. Beberapa item tersebut dinyatakan tidak lolos setelah melalui 2 kali uji validitas. Dari harga koefisien *Corrected Item*

*Total Correlation* dapat dilihat ada beberapa item yang dibawah 0,279 berjumlah 9 item yaitu 7, 8, 12, 18, 22, 24, 26, 28, 33.

## 2. Realibilitas

### a. Konformitas

*Reliability* analisis digunakan untuk menentukan sejauh mana item yang ada di dalam skala psikologi dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Pada tabel uji realibilitas dapat dilihat nilai nilai realibilitasnya dari kolom *Cronbach's Alpha*. Menurut (Azwar, 2012) pada umumnya bila koefisien *Cronbach's*  $< 0,6$  dapat dikatakan tingkat reliabilitasnya kurang baik, sedangkan koefisien *Cronbach's*  $> 0,7-0,8$  tingkat reliabilitasnya dapat diterima, dan akan sangat baik jika  $> 0,8$ . Teknik yang digunakan adalah teknik koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* dengan bantuan computer Seri Program Statistik atau *Statistical Package For The Social Sciences* (SPSS). Pada uji reliabilitas dengan harga koefisien *Cronbach* di penelitian ini adalah sebesar 0,917, yang artinya adalah harga koefisien realibitas pada variabel konformitas  $> 0,8$  sehingga tingkat realibilitasnya tergolong sangat baik.

**Table 3.5 Uji Realibilitas Konformitas**

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
917	22

b. *Celebrity Worship*

*Reliability* analisis digunakan untuk menentukan sejauh mana item yang ada di dalam skala psikologi dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Pada tabel uji realibilitas dapat dilihat nilai nilai realibilitasnya dari kolom *Cronbach's Alpha*. Menurut Sekaran dalam Hardaningtyas (2005) pada umumnya bila koefisien *Cronbach's*  $< 0,6$  dapat dikatakan tingkat reliabilitasnya kurang baik, sedangkan koefisien *Cronbach's*  $> 0,7-0,8$  tingkat reliabilitasnya dapat diterima, dan akan sangat baik jika  $> 0,8$ . Teknik yang digunakan adalah teknik koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* dengan bantuan computer Seri Program Statistik atau *Statistical Package For The Social Sciences* (SPSS). Pada uji reliabilitas dengan harga koefisien *Cronbach* di penelitian ini adalah sebesar 0,933, yang artinya adalah harga koefisien realibitas pada variabel empati  $> 0,8$  sehingga tingkat realibilitasnya tergolong sangat baik.

**Table 3.6 Uji Realibilitas *Celebrity Worship***

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.917	25

## BAB IV

### HASIL & PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

###### 1) Persiapan Awal Penelitian

Adapun proses-proses yang sudah dilalui sebelum tahap penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Merumuskan fenomena yang sedang terjadi terkait konformitas dengan *celebrity worship* serta kaitannya pada perilaku pada komunitas K-POP.
- b. Melakukan kajian studi literatur untuk memperkuat teori-teori dalam penelitian yang akan dilakukan sekaligus mempelajari penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.
- c. Penyusunan Concept Note.
- d. Pengumpulan Concept Note kepada Kaprodi Psikologi sekaligus menunggu hasil uji turnitin.
- e. Pelaksanaan penelitian dan penyebaran kuesioner berbentuk google form.

## 2. Deskripsi Data Subjek

Deskripsi data merupakan teknik uji statistik deskriptif guna memberikan gambaran demografi terkait data penelitian yang dilakukan. Pada penelitian ini memunculkan hasil deskriptif subjek pada masing-masing variabel penelitian, berikut adalah hasilnya :

**Tabel 4.1 Deskriptif subjek**

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
KONFORMITAS	50	15.00	51.00	33.640	9.09308
CELEBRITY_WORS HIP	50	31.00	61.00	51.660	7.29722
Valid N (listwise)	50				

Menurut Tabel 4.1 Deskriptif subjek menunjukkan informasi tentang nilai minimum dan maksimum dari nilai total masing-masing variabel. Serta ditunjukkan nilai *sum*, yaitu nilai terbanyak yang muncul, nilai rata-rata dan standar deviasi dari masing-masing variabel juga ditunjukkan melalui Tabel 4.5. Nilai minimum menunjukkan tentang nilai paling kecil yang muncul pada total nilai pada suatu variabel, nilai minimum pada variabel konformitas adalah 15. Nilai maksimum menunjukkan tentang nilai terbesar yang muncul pada total nilai pada variabel, sedangkan pada variabel *celebrity worship* memunculkan nilai yang paling besar adalah 61. Sedangkan nilai rata-rata yang muncul pada variabel konformitas adalah 33.64 jika dibulatkan menjadi 34, lalu pada

variabel *celebrity worship* terdapat rata-rata yang muncul sejumlah 51.66 jika dibulatkan menjadi 67. Pada nilai standar deviasi variabel konformitas ada sejumlah 9. Lalu pada variabel *celebrity worship* nilai standar deviasinya senilai 7.

### 3. Deskripsi Data Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi data pada subjek dilakukan dengan beberapa demografi terkait untuk lebih menggambarkan data penelitian. Berikut adalah deskripsi data penelitian berdasarkan jenis kelamin :

**Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Perempuan	26	52.0	52.0	52.0
Laki-laki	24	48.0	48.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan data deskriptif yang telah dilakukan pada tabel 4.2 Analisis Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin menunjukkan informasi mengenai subjek dari jenis kelamin dengan berbentuk angka atau data nominal. Telah diketahui dari tabel di atas untuk jumlah subjek perempuan pada penelitian ini tercatat ada 26 orang dengan persentase 52% dari nilai total 100%. Sedangkan pada jenis kelamin laki-laki ada sejumlah 24 orang yang menjadi subjek atau partisipan dalam penelitian ini dengan persentase 48%. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa subjek dengan jenis

kelamin Perempuan lebih banyak dengan persentase 52% dan jumlah 26 orang dibanding subjek laki-laki.

#### 4. Deskripsi Data Penelitian Berdasarkan Usia

Deskripsi data pada subjek dilakukan dengan beberapa demografi terkait untuk lebih menggambarkan data penelitian. Berikut adalah deskripsi data penelitian berdasarkan usia subjek:

**Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Berdasarkan Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
12 - 15 Tahun	14	28.0	28.0	28.0
16 - 18 Tahun	13	26.0	26.0	54.0
19 - 22 Tahun	23	46.0	46.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan uji deskriptif yang dilakukan pada tabel 4.3 Analisis Deskriptif Berdasarkan Usia menunjukkan informasi mengenai usia dari subjek penelitian yang telah ditunjukkan dalam bentuk angka. Dapat diketahui untuk subjek dengan usia 12 – 15 tahun memiliki jumlah sebanyak 14 orang dengan persentase sebesar 28%. Pada usia 16 – 18 tahun tercatat ada sebanyak 13 orang yang menjadi subjek penelitian dengan persentase sebesar 26%. Sedangkan pada usia 19 – 22 tahun terdata ada sebanyak 23 orang yang terlibat dalam penelitian ini sebagai subjek dengan persentase 46%. Dari data yang telah dipaparkan tersebut dapat diambil

kesimpulan bahwa subjek dengan usia 19 – 22 tahun memiliki jumlah yang paling banyak dibandingkan dengan usia subjek yang lain, dengan persentase terbesar yaitu 46%.

## 5. Deskripsi Data Penelitian Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan

Deskripsi data pada subjek dilakukan dengan beberapa demografi terkait untuk lebih menggambarkan data penelitian. Berikut adalah deskripsi data penelitian berdasarkan latar belakang pendidikan dari subjek:

**Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMP	6	12.0	12.0	12.0
SMA	21	42.0	42.0	54.0
Kuliah	23	46.0	46.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan data deskriptif yang telah dilakukan pada table 4.4 Analisis Deskriptif Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan menunjukkan informasi mengenai latar belakang pendidikan dari subjek penelitian dalam bentuk angka. Subjek dengan latar belakang pendidikan SMP tercatat ada sebanyak 6 orang dengan persentase 12%. Lalu pada subjek yang berada pada jenjang pendidikan SMA tercatat ada sebanyak 21 orang dengan persentase 42%. Sedangkan pada subjek yang berlatar belakang pendidikan kuliah ada di jumlah

23 orang dengan persentase 46% dari 100%. Dari data tersebut dapat diketahui kesimpulan bahwa subjek dengan latar belakang pendidikan yang kuliah berjumlah paling banyak yaitu ada 23 orang dengan persentase paling besar 46% dari persentase total yaitu 100%.

## 6. Deskripsi Data Penelitian Berdasarkan Produk yang Dibeli

Deskripsi data pada subjek dilakukan dengan beberapa demografi terkait untuk lebih menggambarkan data penelitian. Berikut adalah deskripsi data penelitian berdasarkan produk yang subjek beli:

**Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Berdasarkan Produk yang Dibeli**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kaos	15	30.0	30.0	30.0
Foto	13	26.0	26.0	56.0
Merchandise	22	44.0	44.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan data deskriptif yang dilakukan pada table 4.5 Analisis Deskriptif Berdasarkan Produk yang Dibeli menunjukkan informasi mengenai produk terkait idola yang dibeli oleh subjek dan telah ditunjukkan dalam bentuk angka. Pada produk kaos tercatat ada 15 orang yang membeli produknya dengan persentase 30%. Lalu pada produk foto terdata ada 13 orang dengan persentase 26%. Sedangkan pada subjek yang membeli produk merchandise ada sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar 44%. Dari data

tersebut dapat diketahui kesimpulan bahwa subjek yang membeli produk merchandise ada 22 orang dengan persentase 44% adalah produk yang paling banyak dibeli oleh subjek di penelitian ini.

## 7. Hasil Uji Prasyarat

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas atau sebaran bertujuan untuk mengetahui kenormalan sebaran skor variabel. Apabila terjadi penyimpangan, seberapa jauh penyimpangan tersebut. Model statistik yang digunakan untuk uji normalitas adalah *Kolmogorov-Smirnof*.

Data variabel penelitian yang telah terkumpul dari responden yang bersangkutan diuji normalitas dengan menggunakan teknik uji *Kolmogrov-Smirnov* dengan bantuan program *SPSS for Windows* 16.0. Adapun data yang dihasilkan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	13.72706279
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.075
Negative	Negative	-.123
	Kolmogorov-Smirnov Z	.872
Asymp. Sig. (2-tailed)		.433

Tujuan dari uji prasyarat adalah apakah sebaran normal atau tidak. Kaidah yang digunakan adalah jika  $p > 0,05$ , maka sebaran dapat dikatakan normal dan sebaliknya jika  $p < 0,05$ , maka sebaran dapat dikatakan tidak normal (Azwar, 2012). Hasil analisis uji normalitas di atas dapat dilihat dari variabel konformitas dan variabel *celebrity worship* menampilkan nilai signifikansi  $0,433 < 0,05$ . Sehingga untuk uji statistiknya akan menggunakan *statistic parametric* dengan korelasi *product-moment*.

#### b. Uji Linearitas

Uji linieritas diberlakukan pada data penelitian yang telah terkumpul dari variabel bersangkutan supaya dapat diketahui apakah kedua variabel yang akan diuji korelasinya memiliki hubungan yang linier atau tidak linier. Kaidah yang berlaku pada uji linieritas adalah apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka kedua variabel memiliki hubungan linier, dan sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hubungan kedua variabel dikatakan tidak linier (Azwar, 2012).

Adapun hasil uji linieritas yang menggunakan bantuan program SPSS *for Windows* 16.0 dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas**

			Df	F	Sig.
<i>Celebrity Worship</i> *	<i>Between</i>	(Combined)	26	1.529	.154
Konformitas	<i>Groups</i>	<i>Linearity</i>	1	1.507	.232

	<i>Deviation from Linearity</i>	25	1.529	.155
<i>Within Groups</i>		23		
Total		50		

Uji linieritas hubungan ini dilakukan untuk mengetahui linieritas antara regresi kuadrat. Uji linieritas ini dilakukan untuk melihat bentuk hubungan antara variabel bebas yaitu konformitas dengan variabel terikat yaitu *celebrity worship*. Kaidah yang digunakan adalah jika nilai signifikansi pada uji linieritas  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan hubungan antara kedua variabel tidak linier, begitu juga sebaliknya. Hasilnya menunjukkan bentuk hubungan semua variabel bebas dengan variabel tergantung linier, dengan hasil nilai signifikansi sebagai berikut: nilai signifikansi linieritas  $0.155 > 0.05$ . Angka 0.155 dapat diketahui dari *Deviation From Linearity*. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel konformitas dengan *celebrity worship*.

## B. Uji Hipotesis

Perolehan dari uji normalitas dan linearitas yang sudah dilaksanakan bermaksud untuk menentukan teknik uji statistik yang akan digunakan pada pengujian hipotesis penelitian. Dari uji normalitas dan linearitas yang dilakukan memunculkan kesimpulan bahwa data berdistribusi normal dan memiliki hubungan variabel yang linear. Maka dari itu dapat dilakukan uji

statistik *parametrik product moment*. Aturan yang dipakai dalam uji hipotesis ialah jika value signifikansi yang didapatkan  $> 0,05$  maka hipotesis penelitian dikatakan diterima. Tetapi bila value signifikansi yang didapatkan  $< 0,05$  maka hipotesis penelitian dikatakan tidak diterima. Berikut ialah perolehan penelaahan uji hipotesis memakai program *SPSS for Windows versi 16.0*:

**Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis**

		KONFORMITAS	CELEBRITY _WORSHIP
Konformitas	Pearson Correlation	1	-.664**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Celebrity_W orship	Pearson Correlation	-.664**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

Setelah dilakukan uji statistik korelasi *product moment* terdapat data yang ditampilkan pada Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis. Data yang dapat diambil adalah nilai signifikansi serta nilai koefisien korelasi. Kaidah dalam pengambilan keputusan hipotesis adalah jika nilai  $p > 0.05$  dapat dikatakan tidak ada hubungan antara kedua variabel, begitu juga sebaliknya jika nilai  $p < 0.05$  dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan antara kedua variabel dalam penelitian kuantitatif tersebut (Muhid, 2012). Pada uji hipotesis yang dilakukan memunculkan data bahwa nilai  $p$  adalah 0.000 dimana itu lebih kecil dari 0.05. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa pada penelitian kuantitatif dengan teknik uji korelasi parametrik *product moment* terdapat hubungan yang signifikan

antara variabel konformitas dengan variabel *celebrity worship* hal itu dilihat dari nilai  $p < 0.000 < 0.05$ .

Nilai koefisien korelasi pada uji statistik parametrik *product moment* digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antar kedua variabel, hal itu ditunjukkan jika nilai koefisien korelasi mendekati angka 1. Nilai koefisien korelasi juga dapat digunakan untuk mengetahui arah hubungan dari kedua variabel, hal itu disimbolkan dengan tanda  $-$  (negatif) dan  $+$  (positif). Jika terdapat tanda negatif maka arah hubungan berbanding terbalik, jika terdapat tanda positif maka arah hubungan kedua variabel berbanding lurus (Muhid, 2012).

Dasar yang dipakai dalam menginterpretasikan angka atau nilai dari koefisien korelasi yakni memakai dasar acuan sebagai berikut (Sarwono, 2006):

0	: Tidak ada korelasi antar dua variabel
0-0,25	: Menunjukkan korelasi sangat lemah
0,25-0,5	: Menunjukkan korelasi cukup
0,5-0,75	: Menunjukkan korelasi kuat
0,75-0,99	: Menunjukkan korelasi sangat kuat
1	: Menunjukkan korelasi sempurna

Pada penelitian ini nilai koefisien korelasi pada uji korelasi *product moment* adalah  $-0.664$ . Artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel konformitas dengan variabel *celebrity worship*, sedangkan arah hubungan kedua variabel berupa negatif yang artinya berbanding terbalik. Jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan variabel konformitas dengan variabel *celebrity worship* dapat dikatakan kuat serta memiliki arah hubungan negatif yang artinya jika variabel konformitas memiliki penurunan akan diikuti pula dengan

angka kenaikan pada variabel *celebrity worship* pada anggota K-POP di Surabaya.

Jadi pada analisis uji hipotesis penelitian memiliki hasil adanya hubungan antara variabel konformitas dengan variabel *celebrity worship*. Pada hubungan kedua variabel ini terdapat bentuk hubungan yang kuat dan arah hubungan yang negatif dimana akan adanya hubungan berbanding terbalik.

### C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada hubungan antara Konformitas dengan *celebrity worship* pada anggota K-Pop di surabaya. Untuk mengetahui lebih dalam dari hasil penelitian ini yang telah dianalisis sebelumnya, maka dilakukan pembahasan dari hasil yang telah diperoleh seperti berikut.

Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti telah melakukan beberapa uji analisis menggunakan aplikasi SPSS, seperti uji validitas dan reliabilitas pada masing-masing variabel, uji normalitas dan linieritas, serta uji deskriptif pada masing-masing data demografi dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *product moment* untuk menguji hipotesis. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan variabel konformitas dengan variabel *celebrity worship* dapat dikatakan kuat serta memiliki arah hubungan negatif yang artinya jika variabel konformitas memiliki penurunan akan diikuti pula dengan angka kenaikan pada variabel *celebrity worship* pada anggota komunitas K-POP di Surabaya. Setelah dilakukan uji hipotesis diketahui nilai korelasi sebesar -0.664. karena nilai

signifikansi lebih kecil dari  $0.000 < 0.05$  yang berarti hipotesis ditolak namun terdapat bentuk hubungan yang kuat dan arah hubungan yang negatif dimana akan adanya hubungan berbanding terbalik.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang kuat serta memiliki arah hubungan negatif yang artinya jika variabel konformitas memiliki penurunan akan diikuti pula dengan angka kenaikan pada variabel *celebrity worship* pada anggota K-POP di Surabaya.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan di penelitian ini dengan menyatakan adanya hubungan antara konformitas dengan *celebrity worship* didukung oleh teori dari (Baron dan Byrne, 2003), bahwa konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah suatu sikap dan tingkah laku mereka sesuai dengan norma sosial yang ada. Ada dua pengaruh yang membentuk konformitas yaitu 1. Pengaruh Sosial Normatif dan 2. Pengaruh Sosial Informasional. Pendapat lain menyatakan bahwa *celebrity worship* dapat terjadi karena banyak faktor, salah satu faktor adalah harga diri yang rendah dan faktor konformitas remaja dengan teman sebayanya. (Myers, 2012).

Pada sisi lain penelitian dengan tema yang serupa, ada perbedaan hasil yang telah dilakukan peneliti dengan hasil yang dilakukan. Perbedaan hasil yang dimaksud terkait adanya hubungan antara konformitas dengan *celebrity worship*. Penelitian tersebut dilakukan oleh (Fereiderika, Suprpto, Tanojo, 2015) dengan judul Hubungan antara Harga Diri dan Konformitas dengan *Celebrity Worship* pada Remaja di Surabaya. Penelitian tersebut Menggunakan

sampel penelitian sejumlah 100 orang yang duduk di bangku kelas VII di SMP Negeri 43. Untuk analisis data sendiri pada penelitian tersebut dengan menggunakan korelasi *product moment* Pearson dan Spearman. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ferederika, Suprpto, Tanojo menampilkan hasil bahwa ada hubungan positif antara harga diri dan *celebrity worship* pada remaja di SMP Negeri 43 Surabaya, dengan nilai koefisien korelasi  $p = 0,265$ , dan nilai signifikansi korelasi sebesar  $p < 0,05$ , sedangkan pada korelasi lain memunculkan hasil tidak ada hubungan antara konformitas dan *celebrity worship* pada remaja di SMP Negeri 43 Surabaya dengan memunculkan nilai koefisien korelasi  $r = 0,106$ , sedangkan pada nilai signifikansi korelasinya sebesar  $p > 0,05$ .

Selain itu dengan melihat hasil hubungan variabel di penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian terdahulu oleh (Mutia, Mawardah & Dwi, Huriyati, 2020) dengan judul Hubungan antara Harga Diri dan Konformitas *Celebrity Worship* dengan Konformitas Teman Sebaya di SMPN 9 Palembang. Pada penelitian ini memberikan hasil koefisien korelasi sebesar 0,429 dengan koefisien determinasi (R square) sebesar 0,184 serta nilai signifikansi penelitian dua variabel sebesar  $p = 0,000$   $p < 0,01$ . Hal ini menyatakan menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sangat signifikan antara konformitas teman sebaya dengan *celebrity worship* pada siswa SMPN 9 Palembang sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 18,4%. Namun pada arah hubungan yang dilakukan di penelitian tersebut memiliki perbedaan arah dengan penelitian ini, dimana hasil koefisien korelasi

menunjukkan adanya arah hubungan yang terbalik. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai  $r = -0,664$ , dimana artinya terdapat hubungan negatif dan dapat dinyatakan arah hubungan tersebut terbalik. Jika konformitas di komunitas K-pop di Surabaya ini memiliki penurunan maka akan diikuti pula dengan peningkatan *celebrity worship*.

Hal tersebut memiliki dukungan secara empiris dan telah disebutkan secara teoritis oleh (Maltby, 2005) yaitu dapat disimpulkan jika seseorang Konformitas rendah, maka mereka akan melakukan perilaku *celebrity worship* untuk menghindari ketidak sejahteraan dalam hidupnya. Dan menyebabkan aspek konformitas Pengaruh sosial normative yaitu Suatu Pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk disukai atau diterima oleh orang lain dan agar terhindar dari penolakan. (Maltby,dkk,2005) mengungkapkan *celebrity worship* adalah bentuk perilaku dari rendahnya harga diri. Mereka merasa bahwa ketika mereka melakukan *celebrity worship* akan membuat mereka lupa dengan masalah yang sedang dihadapinya. Hal ini sesuai dengan hasil dari koefisien korelasi pada penelitian ini dimana memiliki arah hubungan yang negatif yaitu berbanding terbalik.

Deskripsi data penelitian berdasarkan jenis kelamin, bahwa subjek dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dibanding subjek laki-laki. Karena dalam penelitian Rice, remaja putri ternyata lebih conform dari pada remaja putra, karena remaja putri mempunyai keinginan yang besar untuk menjaga harmonisasi, mencapai persetujuan, dan penerimaan sosial (Zebua dan Nurdjayadi, 2001).

Hasil analisis deskriptif berdasarkan usia dengan hasil bahwa pada subjek yang dilibatkan di penelitian ini memiliki jumlah usia terbanyak 19 tahun - 22 tahun dengan jumlah 23 orang dan persentase sebesar 46%. Masa remaja adalah transisi (peralihan) dari masa anak-anak menuju dewasa awal yang melibatkan perubahan biologis, kognitif, dan sosio emosional (Santrock, 2011).

Dalam proses ini, remaja membutuhkan suatu figure teladan agar mereka bisa mencontoh figur tersebut. Hal yang terjadi saat ini adalah idola yang kurang baik sering menjadi panutan bagi mereka yang mencontohnya.

Deskripsi data penelitian berdasarkan latar belakang Pendidikan bahwa subjek dengan latar belakang pendidikan yang kuliah berjumlah paling banyak yaitu ada 23 orang dengan persentase paling besar 46% dari persentase total yaitu 100%.

Subjek akan membeli barang apa saja yang berkaitan dengan tokoh idolanya. Semisal: membeli foto idola, kaos dan merchandise dll. Dari beberapa barang yang sudah disebutkan bahwa remaja akhir lebih banyak membeli produk merchandise yang berkaitan dengan tokoh idolanya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara Konformitas dengan *Celebrity Worship* Pada Komunitas K-Pop Surabaya. Sedangkan hasil kolerasi yang bersifat negative ini berarti terdapat hubungan yang kuat serta memiliki arah hubungan negatif yang artinya jika variabel konformitas memiliki penurunan akan diikuti pula dengan angka kenaikan pada variabel *celebrity worship* pada komunitas K-POP di Surabaya.

#### B. Saran

Setelah dilakukan penelitian ini, terdapat beberapa saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya terkait dengan penelitian mengenai konformitas dan *Celebrity Worship*. Berikut beberapa saran dari peneliti :

1. Untuk kepentingan akademik, diharapkan penelitian selanjutnya terkait *Celebrity Worship* dapat menentukan jumlah subjek penelitian dengan mengambil jumlah subjek yang lebih banyak atau di sekurang-kurangnya  $> 50$  subjek sehingga kemungkinan data akan berdistribusi normal dan linier.
2. Bagi pihak komunitas K-pop, sebaiknya memberikan penyuluhan kepada anggotanya untuk meningkatkan kepercayaan diri dan kepuasan diri pada masing-masing individu. Karena semakin rendah kepercayaan diri seseorang, maka kemungkinan melakukan konformitas dan *celebrity worship*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditama. (2013). *Demam korea di Indonesia bagaimana dan mengapa*. Diunduh dari <http://m.dakwatuna.com/2013/11/18/42356/demam-korea-di-indonesia-bagaimana-dan-mengapa>.
- Azwar, S. (2004). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ashe, D. D., & McCutcheon, L. E. (2001). Shyness, loneliness, and attitude towards celebrities. *Current Research in Social Psychology*, 6, 124–133.
- Baron, R. A. & Byrne, D. (2003). *Psikologisosial*. Jakarta: Erlangga.
- Baron, R. A & Bryne, D. (2004). *Psikologi Sosial Jilid 1* (penerjemah : Djuwita, R, dkk). Jakarta : Erlangga.
- Benu, J. M. Y., Takalapeta, T., & Nabit, Y. (2019). *Perilaku Celebrity Worship pada Remaja Perempuan*. *Journal of Health and Behavioral Science*, 1(1), 13-25.
- Christi, L. 2006. *Asertif*. <http://www.kompas.com>.
- Darfiyanti, D. & Putra, M.G. (2012). Pemujaan terhadap idola pop sebagai dasar intimate relationship pada dewasa awal: sebuah studi kasus. *Jurnal psikologi kepribadian dan Sosial*, 01, 53-60.
- Damayanti. (2014). Fenomena demam idol di kalangan remaja. Diunduh dari <http://www.medanbisnisdaily.com/news/read/2014/03/30/87472/fenomena-demam-idol-di-kalangan-remaja>.
- Fajariyani, Rahayu. (2018). Hubungan Kontrol Diri dengan Celebrity Worship pada Penggemar K-POP. Yogyakarta. Fakultas Psikologi dan Ilmu Budaya Universitas Islam Indonesia.
- Frederika. A., Suprpto, M. H., Tanojo, K. L. (2015). Hubungan antara harga diri dan konformitas dengan celebrity worship pada remaja di Surabaya. *Jurnal Gema Aktualita*. 4(1), 61-69.
- Hidayati, L. (2018). Daftar Konser K-Pop di Indonesia Sepanjang Kuartar 2 2018, no 4 Sebelum Bubar. Diakses pada tanggal 8 Juli 2018.
- Maltby, J., Giles, D. C., Barber. L., McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British Journal of Health Psychology*. 10, 17–32.

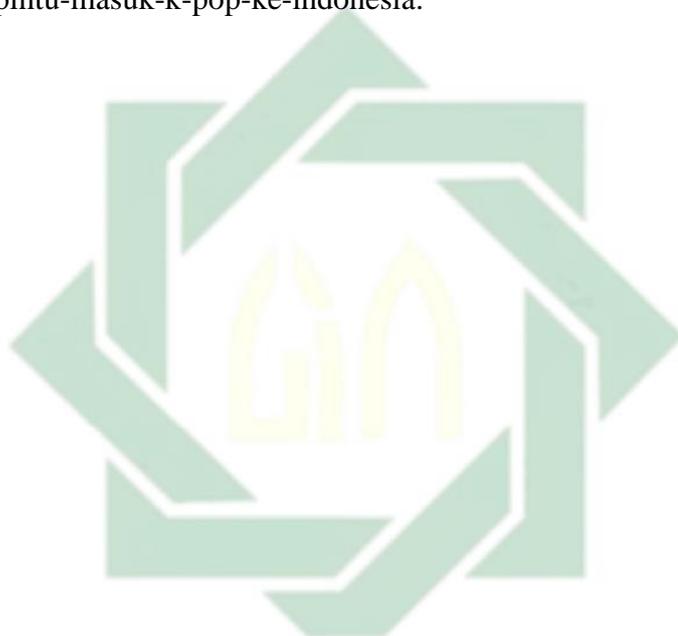
- McCutcheon, L. E. (2003). Machiavellianism, belief in a just world, and the tendency to worship celebrities. *Current Research in Social Psychology*, 8(9), 131-139.
- McCutcheon, L., Lange, R., dan Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, 93, 67-87.
- Mutia, Mawardah & Dwi, Huriyati, (2020), Hubungan antara Celebrity Worship Tokoh Anime dengan Konformitas Teman Sebaya di SMPN 9 Palembang. Diploma Thesis, Universitas Bina Darma.
- Myers, D. G. (2012). Psikologi sosial edisi 10. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ninggalih. (2011). Waspadademamidola. Diunduh dari <http://majalah1000-guru.net/2011/10/waspadai-demam-idola>.
- Ningsih, Nelvi Afrilia. (2021). Hubungan antara Religiusitas dengan Celebrity Worship pada Remaja Penggemar K-POP di Pekanbaru. Pekanbaru. Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
- Nuryanitha. (2014). Fenomenaanak zaman sekarang. Diunduh dari <http://www.rumahkeluarga-indonesia.com/fenomenaanak-zaman-sekarang-6598>.
- Papalia, Diane, Old, S. W., & Feldman, R. D. (2008). Psikologi perkembangan. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Rakhmat, J. (2000). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : CV Remaja Karya
- Rosida, Afidatul. (2019). *Hubungan Self-esteem dan Kesepian dengan Celebrity Worship pada Wanita Dewasa Awal Penggemar K-POP*. Skripsi, Fakultas Psikologi. Universitas Airlangga Surabaya.
- Surya, F. A. (1999). Perbedaan Tingkat Konformitas Ditinjau Dari Gaya Hidup Pada Remaja. *Jurnal Psikologika* No 7. Th III. Hal. 64-72.
- Santrock, J.W. (2006). Adolescence: perkembangan remaja. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J W. (2007). Perkembangan anak, edisi ke-11 jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Swami, V., Premuzic, T.C., Mastor, K., Siran, F. H., Said, M.M.M., Jafaar, J., Sinniah, D., Pillai, S.K. (2011). Celebrity Worship among University Students in Malaysia. *European Psychologist*, 14, 334-342.

Wijaya, A. A. (2012). Hallyu: *Youngstres Fanaticism Of Korean Pop Culture (Study Of Hallyu Fans Yogyakarta City)*. *Journal Of Sosiologi*,3(3),1-24.

Zebua, A.S &Nurdjayadi, R.D. (2001). Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri. *Phronesis*, Volume 3, No 6. Hal 72-82.

Zamroni, (2009). *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Dampaknya Terhadap kehidupan*. *Jurnal Dakwah* Vol.X, Hal.195-21.

<https://celebrity.okezone.com/read/2017/09/22/205/1781162/okezone-week-end-drama-pintu-masuk-k-pop-ke-indonesia>.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A