



Pengaruh Konsep Diri Dan *Celebrity Worship* Terhadap *Body Image* Pada Penggemar BTS

Sufi Nur Arsy

Universitas Muhammadiyah Gresik

Abstract

Received: 17 April 2023

Revised: 05 Mei 2023

Accepted: 22 Mei 2023

The Korean wave or hallyu, phenomenon that affects all age groups in Indonesia provides a new perspective on body image. Body image is an individual's overall view of his own body, which is obtained based on experience and point of view. The point of view obtained can be influenced by several factors, such as self-concept and celebrity worship. This study aims to determine the influence of self-concept and celebrity worship on the body image of BTS fans. This research uses quantitative methods. The results of the multiple linear regression test show that the sig. 0.000 0.05 means that there is a simultaneous influence between self-concept and celebrity worship on the body image of BTS fans. Self-concept and celebrity worship variables contributed 15.6% to body image variables. Future researchers are expected to be able to examine other variables that might affect body image, such as external factors, and do so on a wider subject.

Keywords:

Self-concept, celebrity worship, body image

(*) Corresponding Author : harapan.tua@lecturer.unri.ac.id

How to Cite: Arsy S.N. (2023). Pengaruh Konsep Diri Dan *Celebrity Worship* Terhadap *Body Image* Pada Penggemar BTS. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8091070>

PENDAHULUAN

Globalisasi adalah hal yang sudah tidak asing lagi di telinga kita. Globalisasi berdampak pada pertemuan nilai-nilai dan budaya dari suatu negara dengan negara lainnya. Dengan bantuan teknologi informasi dan transportasi proses globalisasi dapat menyebar dengan cepat, adanya kemajuan tersebut hubungan antar manusia menjadi lebih mudah. Cepatnya kemajuan tersebut suatu informasi dapat diakses dengan mudah, baik informasi yang baik maupun informasi yang buruk. Informasi ini biasanya bisa di dapat dengan mudah oleh seseorang melalui media sosial maupun media massa.

Media sosial maupun media massa seringkali menampilkan iklan-iklan yang beragam. Iklan ini seringkali menampilkan penampilan seseorang yang membuat standar ideal seseorang yang jika wanita harus memiliki badan langsing, kaki jenjang, perut rata, dan kulit putih. Jika pria badan tinggi, tegap, rambut lurus, dan sebagainya. Iklan yang diperlihatkan ke masyarakat luas ini kemudian dapat membentuk citra tubuh baru di semua kalangan usia. Citra tubuh atau *body image* pasti dimiliki oleh semua orang. *Body image* sendiri sudah terbentuk sejak lahir dan perlahan berkembang sesuai dengan pengalaman seseorang itu selama hidup. *Body image* adalah konsep psikologis dari pengalaman subjektif individu terhadap tubuhnya baik positif maupun negatif yang diperoleh dari berbagai sudut pandang (Cash 2012:8).

Menurut Octamelia dan Sa'id (2021) pandangan terhadap *body image* yang buruk diperparah dengan adanya fenomena *Hallyu* atau *Korean wave*. *Korean wave*



atau gelombang budaya Korea merupakan suatu istilah yang ditujukan untuk tersebarnya fenomena budaya Korea terutama dibidang musik atau *K-pop* di berbagai negara tak terkecuali Indonesia. Di Indonesia sendiri, fenomena ini tidak hanya mempengaruhi di kalangan remaja tetapi juga banyak memengaruhi kalangan dewasa.

Banyak *boy* dan *girl group* yang populer dengan musik *K-pop* nya, salah satunya yaitu BTS atau Bangtan Boys (방탄소년단) adalah boy band dari Korea Selatan yang dibentuk oleh Big Hit *Entertainment* yang beranggotakan tujuh orang yaitu RM, Jin, Suga, J-Hope, Jimin, V, dan Jungkook ini berhasil debut di tahun 2013. Untuk saat ini BTS sudah sangat berjaya di industri musik global dan disebut sebagai *boy band K-pop* terbesar (Jeanette dan Paramita 2018:394). Dalam dunia Kpop penggemarnya memiliki dua sebutan berdasar jenis kelamin jika dia laki-laki disebut *fanboy* dan jika perempuan disebut *fangirl*. Penggemar BTS sendiri biasa di sebut dengan ARMY (*Adorable Representative MC for Youth*) yang diumumkan pada tahun 2013. ARMY sendiri tersebar di seluruh belahan dunia. Indonesia adalah salah satunya. Berdasarkan sensus terhadap 562.280 partisipan yang dilakukan oleh @ARMYCensus pada tahun 2022 menunjukkan bahwa Indonesia masuk dalam *TOP 20 Countries*.

Adanya *body image* yang negatif pada penggemar *K-pop* ini, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad dan Kristiutami (2020:50) menyebutkan bahwa remaja yang melakukan menjadi penggemar selebriti terhadap selebriti lebih memiliki ketidakpuasan terhadap tubuhnya bahkan sampai 6.652 kali dibandingkan dengan remaja yang tidak menjadi penggemar selebriti.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Santika dan Bawono (2022) yang menunjukkan bahwa sebanyak 20% remaja perempuan menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap bentuk tubuhnya. Menurut Santika dan Bawono (2022:50), subjek yang masuk dalam *body image* kategori tinggi memiliki perasaan negatif yang tinggi terhadap bentuk tubuhnya dan terus menerus memikirkan tentang bagaimana konsep tubuh ideal yang dibentuk oleh lingkungannya hingga berusaha melakukan diet. Selain itu, dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa remaja perempuan penggemar *K-pop* ini memiliki ekspektasi yang terlalu tinggi mengenai bagaimana seharusnya ukuran tubuh ideal, hal ini terjadi karena mereka berkaca pada tubuh idola *K-pop*.

Body image ini memiliki aspek-aspek didalamnya, menurut Cash dan Purzinsky (2002) aspek-aspek *body image* yaitu *appearance evaluation* (evaluasi penampilan), *appearance orientation* (orientasi penampilan), *body area satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh), *overweight preoccupation* (kecemasan menjadi gemuk), dan *self-classified weight* (pengkatogorian ukuran tubuh).

Berdasarkan hasil wawancara dengan subjek mengenai penilaian tentang tubuhnya secara keseluruhan, semua subjek mengatakan bahwa subjek merasa bahwa tubuhnya terlalu gendut atau kurus, dan kurang ideal. Hal ini menunjukkan bahwa subjek merasa kurang puas dengan keadaan tubuhnya saat ini. Penilaian ini didapatkan akibat dari pendapat dari orang sekitar seperti teman, tetangga, dan orang tua. Selain itu subjek juga menyebutkan kesukaannya terhadap BTS juga membuat *body image* yang negatif terhadap subjek. Dampak yang dirasakan oleh subjek,

membuat subjek melakukan diet ketat, ada juga yang rela menahan lapar agar berat badannya turun. Bahkan subjek merasakan stress akibat dari penilaian terhadap tubuhnya tersebut.

METODE

Pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Sugiyono (2020: 206) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan realitas/gejala/fenomena yang terukur dan berhubungan dengan gejala sebab akibat. Metode penelitian ini biasanya digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yang representative. Pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen (Sugiyono, 2020: 69). Variabel dependen ini biasanya disimbolkan dengan huruf Y. Variabel dependen pada penelitian ini ialah *body image*.

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadu sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2020: 69). Variabel independen ini biasanya disimbolkan dengan huruf X. Variabel independen pada penelitian ini adalah konsep diri dan *celebrity worship*.

Sugiyono (2020: 126) menyebutkan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar BTS atau ARMY yang aktif dalam grup telegram ARMY Indonesia yang berjumlah 1000 responden. Karakteristik subjek yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu yang masuk dalam usia dewasa dini menurut Hurlock (1980: 246) yaitu usia 20-40 tahun.

Penentuan ukuran sampel, peneliti menggunakan tingkat atau taraf kesalahan yang dikembangkan oleh Issac dan Michael antara lain 1%, 5%, dan 10%. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 1000 responden, dikarenakan jumlah populasi yang cukup banyak peneliti menggunakan taraf kesalahan 10%. Jika populasi sudah diketahui jumlahnya, maka sampel bisa ditentukan dengan rumus berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

(Sugiyono, 2020:137)

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan sampel 10%

Berdasarkan rumus diatas diketahui bahwa jumlah sampel dari populasi adalah 91 yang didapat jika taraf kesalahannya 10%.

Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data ini adalah

mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2020: 206).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Sugiyono (2017:262) menyebutkan analisis korelasi ini dimaksudkan untuk melihat hubungan antara tiga variabel bahkan lebih. Analisis ini juga bertujuan untuk mengetahui kontribusi simultan oleh variabel X_1 (konsep diri) dan X_2 (*celebrity worship*) terhadap nilai variabel Y (*body image*) serta untuk melihat kontribusi secara sebagian yang diberikan oleh variabel X_1 terhadap Y serta X_2 terhadap Y . Rumus dari regresi linier berganda :

$$Y' = a + b_1X$$

Sugiyono (2020, 258)

Keterangan :

Y' : Nilai prediksi variabel dependen (*Body Image*)

a : Konstanta atau jika $X = 0$

b : Koefisien regresi

X : Nilai variabel Independen (Konsep diri dan *Celebrity Worship*)

Selanjutnya seluruh proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu program computer IBM *Statistical Program for Social Science (SPSS)* for windows versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kategorisasi Berdasarkan Norma

Interpretasi terhadap skala psikologi ini bersifat normatif, artinya makna skor diacukan pada posisi relative skor terhadap suatu norma dimana interpretasi ini selalu berupa kategori atau kelompok-kelompok yang bertujuan untuk menempatkan individukedalam posisi yang berjenjang, seperti rendah, sedang dan tinggi (Azwar, 2019:145). Berikut norma kategorisasi

Tabel 4.16. : Kategorisasi Norma

Kategori	Norma Kategorisasi
Rendah	$X \leq (\text{Mean} - 1 \text{ SD})$
Sedang	$(\text{Mean} - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$
Tinggi	$X \geq (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$

Sumber : Azwar (2019:149)

Tabel 4.17. : Statistik Deskriptif

	Statistic Descriptive				
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<i>Body Image</i>	91	66	138	105,22	13,283
Konsep Diri	91	25	52	35,09	4,800

<i>Celebrity Worship</i>	91	61	127	90,44	12,951
------------------------------	----	----	-----	-------	--------

Sumber : SPSS version 26 for windows

Berikut penormaan skor *body image*, konsep diri dan *celebrity worship* :

1. Penormaan Skor *Body Image*

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui mean *body image* sebesar 105,22 dan memiliki standar deviasi sebesar 13,283. Berikut disajikan norma penggolongan subjek berdasarkan mean dan standar deviasi dari skor *body image*:

Tabel 4.18. : Norma Skor *Body Image*

Kategori	Norma Kategorisasi	Frekuensi	Prosentase
Rendah	$X \leq 91,937$	0	0%
Sedang	$91,937 \leq X \leq 105,22$	0	0%
Tinggi	$X \geq 105,22$	91	100%

Sumber : SPSS version 26 for windows

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas subjek berada pada kategori tinggi, dimana 91 subjek dengan prosentase 100%. Melalui penormaan tersebut dapat diketahui bahwa subjek memiliki tingkat *body image* tinggi.

2. Penormaan Skor Konsep Diri

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui mean konsep diri sebesar 35,09 dan memiliki standar deviasi sebesar 4,800. Berikut disajikan norma penggolongan subjek berdasarkan mean dan standar deviasi dari skor konsep diri:

Tabel 4.19. : Norma Skor Konsep Diri

Kategori	Norma Kategorisasi	Frekuensi	Prosentase
Rendah	$X \leq 30,29$	10	11%
Sedang	$30,29 \leq X \leq 39,89$	67	73,6%
Tinggi	$X \geq 39,89$	14	15,4%

Sumber : SPSS version 26 for windows

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas subjek berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 67 subjek dengan prosentase 73,6%. Sedangkan pada kategori tinggi terdapat 14 subjek dengan prosentase 15,4%. Pada kategori rendah sebanyak 10 subjek dengan prosentase 11%. Melalui penormaan tersebut dapat diketahui bahwa subjek cenderung atau mayoritas memiliki konsep diri sedang.

3. Penormaan Skor *Celebrity Worship*

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui mean *celebrity worship* sebesar 90,44 dan memiliki standar deviasi sebesar 12,951. Berikut disajikan norma penggolongan subjek berdasarkan mean dan standar deviasi dari skor *celebrity worship*:

Tabel 4.20. : Norma Skor *Celebrity Worship*

Kategori	Norma Kategorisasi	Frekuensi	Prosentase
Rendah	$X \leq 77,489$	0	0%
Sedang	$77,489 \leq X \leq 103,391$	0	0%
Tinggi	$X \geq 103,391$	91	100%

Sumber : SPSS version 26 for windows

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas subjek berada pada kategori tinggi, dimana 91 subjek dengan prosentase 100%. Melalui penormaan tersebut dapat diketahui bahwa subjek memiliki tingkat *celebrity worship* tinggi.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah ada pengaruh antara konsep diri dan *celebrity worship* terhadap *body image* pada penggemar BTS dengan jumlah responden sebanyak 91 responden. Berdasarkan hasil analisis uji anova pada penelitian ini didapatkan nilai Sig. $0,000 < 0,05$, artinya nilai Sig. lebih kecil dari 0,05 sehingga bisa disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima, yang berarti terdapat pengaruh simultan antara konsep diri dan *celebrity worship* terhadap *body image* pada penggemar BTS.

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi dalam penelitian ini diketahui nilai variabel konsep diri sebesar 0,930 dengan nilai Sig. $0,001 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima artinya ada pengaruh positif yang signifikan antara konsep diri (X_1) terhadap *body image* pada penggemar BTS. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Novianti dan Merida (2021:15) bahwa konsep diri seseorang dapat mempengaruhi pembentukan *body image* seseorang. Hal itu bisa terjadi karena *body image* yang dimiliki oleh setiap orang berguna untuk mewujudkan hidup dengan kesehatan psikologis yang baik. Hasil dari penelitian Novianti dan Merida (2021:19) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya menunjukkan adanya hubungan yang positif atau searah antara konsep diri dengan *body image*.

Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sefrina dkk (2018:38) yang menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pandangan negatif individu terhadap *body image* yang dimiliki salah satunya yaitu konsep diri dimana konsep diri ini memiliki peran sebagai dasar pembentukan *body image* pada individu. Selain itu, Cash dan Purzinsky (2002:108) juga menyebutkan bahwa pengalaman hidup individu termasuk interaksi dengan orang lain, umpan balik yang didapatkan individu tersebut tentang tubuh yang individu tersebut terima, memiliki kontribusi besar pada konsep diri individu dan berpengaruh terhadap cara individu memandang *body image* nya. Komentar-komentar yang diberikan orang lain baik komentar yang baik atau komentar yang buruk dapat berdampak besar terhadap cara individu memandang dan merasakan tubuhnya.

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa hasil koefisien regresi dari nilai variabel *celebrity worship* sebesar 0,232 dengan nilai $p = 0,100 > 0,05$ yang artinya hipotesis ketiga diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara *celebrity worship* (X_2) dengan *body image* (Y) pada penggemar BTS. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Maltby dkk (2005:28) dimana hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa adanya pengaruh *celebrity worship* dengan *body image* terjadi karena hubungan ini terjadi hanya pada perempuan, karena perempuan cenderung mengagumi tubuh dari figur idola yang tampil di media-media.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad dan Kristiutami (2020:50) penelitian ini terdapat 126 responden dengan rentang usia 16 – 17 tahun dan berjenis kelamin perempuan. Penelitian ini menganalisa hubungan antara *celebrity worship* dan *body image* dimana hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menunjukkan adanya ketidakpuasan pada tubuhnya dengan hasil nilai P value 0,05 artinya bahwa ada hubungan antara *celebrity worship* dan *body image*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami (2019:148) yang menunjukkan adanya hubungan antara *celebrity worship* dengan *body image* pada siswa SMPN 45 Bandung yang mengidolakan idola K-pop yang menjadi responden, dimana hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang rendah antara *celebrity worship* dengan *body image*. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Utami (2019) ini menunjukkan adanya pengaruh *celebrity worship* yang tidak cukup besar pada *body image* pada siswa SMPN 45 Bandung yang mengidolakan idola K-pop. Hal ini terjadi karena para siswa yang menjadi responden memahami perbedaan antara kegiatan idolanya dan kegiatan responden yang sebenarnya, maka *celebrity worship* yang dialami tidak berpengaruh besar terhadap *body image* nya.

Berikut ini tabel sebaran pilihan jawaban responden pada variabel *body image*, konsep diri, dan *celebrity worship*.

Tabel 4.21. : Item *Body Image* Yang Paling Banyak Dipilih Responden

No Item	Aspek	Indikator	Pernyataan	Prosentase		Total
				SS	S	
6	<i>Appearance Orientation</i>	<i>Health Orientation</i>	Kesehatan yang prima adalah salah satu hal terpenting dalam hidup saya	20,8%	66,7%	87,5%
43	<i>Appearance Orientation</i>	<i>Appearance Orientation</i>	Penting bagi saya untuk selalu terlihat rapi	44,8%	45,8%	90,6%
45	<i>Appearance Orientation</i>	<i>Health Orientation</i>	Saya memperhatikan tubuh saya jika ada tanda-tanda penyakit	15,6%	69,8%	85,4%

Pada tabel 4.21 terlihat bahwa item *body image* yang banyak dipilih responden masing-masing yaitu item nomor 6 dengan prosentase 87,5%, item nomor 43 dengan prosentase 90,6%, dan item nomor 45 dengan prosentase 85,4%. Semua item yang masuk dalam aspek *appearance orientation* dimana aspek ini menjelaskan tentang bagaimana individu yang merasa bahwa penting baginya untuk selalu terlihat rapi dan selalu berupaya dalam meningkatkan penampilannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden sebagai penggemar BTS merasa bahwa kesehatan adalah salah satu hal terpenting dalam hidup. Penggemar BTS akan memperhatikan tubuhnya jika ada tanda-tanda penyakit.

Bisa disimpulkan bahwa penggemar BTS selain memperhatikan penampilannya, penggemar BTS akan selalu berusaha untuk menjaga kesehatannya

dengan cara memperhatikan tubuhnya jika ada tanda-tanda penyakit, karean bagi penggemar BTS kesehatan adalah hal terpenting dalam hidupnya.

Tabel 4.22. : Item Konsep Diri Yang Paling Banyak Dipilih Responden

No Item	Aspek	Indikator	Pernyataan	Prosentase		Total
				SS	S	
3	<i>Honesty</i>	Bagaimana cara mereka melihat secara jujur cara berperilaku mereka	Saya adalah orang yang dapat dipercaya	59,3%	34,1%	93,4%
6	<i>Honesty</i>	Bagaimana cara mereka melihat secara jujur cara berperilaku mereka	Saya adalah seorang pria/wanita yang memegang kata-kata saya	23,1%	64,8%	87,9%
11	<i>Honesty</i>	Bagaimana cara mereka melihat secara jujur cara berperilaku mereka	Saya adalah orang yang baik dan jujur	23,1%	64,8%	87,9%
14	<i>Self-fulfillment</i>	Bagaimana cara seseorang melihat diri mereka sendiri yang berkaitan dengan tujuan hidup, target yang harus dipenuhi dalam hidup, serta cara menghadapi tantangan yang terjadi dan apa saja yang sudah mereka capai secara	Saya selalu mengatasi kesulitan apapun yang saya temui dalam hidup saya	15,4%	67%	82,4%

Pada tabel 4.22 terlihat bahwa item yang paling banyak dipilih oleh responden masing-masing yaitu item nomor 3 dengan prosentase 93,4%, item 6 dengan prosentase 87,9%, item nomor 11 dengan prosentase 87,9%, item 14 dengan prosentase 82,4%. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggemar BTS merasa sebagai individu mereka dipandang sebagai pribadi yang baik dan jujur, dapat dipercaya, serta dapat dipegang kata-katanya. Sebagai individu penggemar BTS

juga selalu berusaha untuk mengatasi kesulitan yang mereka temui dalam hidupnya.

Tabel 4.23. : Item *Celebrity Worship* Yang Paling Banyak Dipilih Responden

No Item	Aspek	Indikator	Pernyataan	Prosentase		Total
				SS	S	
10	<i>Entertainment-social</i>	Pada dimensi ini penggemar mencerminkan ketertarikan pada selebriti favorit karena kemampuan mereka untuk menghibur dan fokus sosial.	Merupakan hal yang menyenangkan bila berkumpul dengan sesama penggemar BTS	57,3 %	36,5 %	93,8 %
12	<i>Entertainment-social</i>	Pada dimensi ini penggemar mencerminkan ketertarikan pada selebriti favorit karena kemampuan mereka untuk menghibur dan fokus sosial.	Bagi saya, menonton, membaca, atau mendengarkan hal tentang BTS adalah waktu yang menyenangkan	55,2 %	38,5 %	93,7 %
29	<i>Intense Personal</i>	Pada dimensi ini penggemar mencerminkan perasaan intensif dan kompulsif tentang selebriti idola.	Berita tentang BTS adalah hiburan yang menyenangkan dari dunia kehidupan yang keras	45,8 %	46,9 %	92,7 %

Pada tabel 4.23 terlihat bahwa masing-masing item yang paling banyak dipilih oleh responden masing-masing yaitu item nomor 10 dengan prosentase 93,8%, item nomor 12 dengan prosentase 93,7%, dan item nomor 29 dengan prosentase 92,7%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sebagai penggemar BTS sangat senang menonton, membaca, dan mendengarkan hal-hal atau berita terbaru tentang BTS. Responden juga merasa senang jika berkumpul dengan sesama

penggemar BTS. Selain itu, responden sebagai penggemar BTS merasa bahwa berita tentang BTS adalah hiburan yang menyenangkan dari kehidupan dunia yang keras.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisis data menggunakan teknik regresi linear berganda yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa : Hasil uji anova diperoleh nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel konsep diri dan celebrity worship berpengaruh secara signifikan terhadap body image. Hasil uji koefisien regresi variabel konsep diri diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dengan nilai koefisien 0,930 yang bernilai positif. Artinya, variabel konsep diri berpengaruh secara signifikan terhadap *body image*. Hasil uji koefisien regresi variabel *celebrity worship* diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,022 < 0,05$ dengan nilai koefisien 0,232 yang bernilai positif. Artinya, variabel *celebrity worship* berpengaruh secara signifikan terhadap *body image*. Hasil uji *square* (R^2) menunjukkan angka sebesar 0,156 yang berarti variabel konsep diri dan celebrity worship memberikan sumbangan sebesar 15,6% terhadap variabel body image, sedangkan sisanya sebesar 84,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. A., & Kristiutami, A. (2020, June). Celebrity Worship and Body Image Satisfaction: An Analytical Research Among Adolescents in Tangerang Indonesia. *Jurnal Aisyah : Jurnal Ilmu Kesehatan*, 5 (1), 47-52.
- American Educational Research Association, American Psychological Association, & National Council on Measurement in Education. (1999). *Standards for educational and psychological testing*. American Educational Research Association.
- Azwar, S. (2019). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Burns, R. B. (1993). *Konsep Diri Teori, Pengukuran, Perkembangan, dan Perilaku*. Jakarta: Arcan.
- Calhoun, J. F., & Acocella, J. R. (1990). *Psychology of Adjustment and Human Relationships*. New York: McGraw-Hill.
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body Image : A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*. New York: The Guilford Press.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghufron, M. N., & S., R. R. (2017). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Goni, E., Madariaga, J. M., Aspe, I., & Goni, A. (2011). Structure Of The Personal Self-Concept (PSC) Questionnaire. *International Journal Of Clinical And Health Psychology*, 11 (3), 509-522.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Idris, R. F. (2020). Hubungan Self Esteem Dengan Body Image Pada Penggemar Idola K-Pop Di Surabaya (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).

- Jeanette, & Paramita, S. (2018). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS). *Koneksi*, 2 (2), 393-400.
- Kartika, T., & Darminto, E. (2020). Konsep Diri Remaja Ditinjau dari Kegemarannya Terhadap Musik Pop Korea (Korean Pop). *Jurnal BK UNESA*, 11 (4), 540 - 546.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme Celebrity Worship, Fantasy Proneness and Dissociation: Developing the Measurement and Understanding of Celebrity Worship within a Clinical Personality Context. *Personality and Individual Differences*, 273 - 283.
- 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*, 17-32.
- Mandas, A. L., Suroso, & S. , D. S. (2018). Hubungan antara Konsep Diri dengan Celebrity Worship pada Remaja Pecinta Korea di Manado Ditinjau dari Jenis Kelamin. *Jurnal Psikovidya*, 22 (2), 164 - 189.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and Measurement of Celebrity Worship. *British Journal Of Psychology*, 67 - 87.
- Melaisani, Y. R., & Suhana. (2018). Studi Deskriptif Mengenai Celebrity Worship pada Anggota Aktif Bandung Korean Community. *Jurnal Prosiding Psikologi*, 268 - 273.
- Octamelia, V., & Sa'id, M. (2021, November 01). *Buletin KPIN*. Retrieved from Buletin KPIN: <https://buletin.k-pin.org/index.php/arsip-artikel/919-fans-k-pop-berhijab-dan-problem-citra-tubuh>
- Santika, W., & Bawono, Y. (2022). Ketidakpuasan Bentuk Tubuh Pada Remaja Perempuan Penggemar K-pop. *Gulawentah: Jurnal Studi Sosial*, 7 (1), 46-55.
- Sefrina, L. R., Elvandri, M., & Rahmatunisa, R. (2018). Faktor-faktor Yang Berhubungan Dengan Body Image Pada Remaja Di Karawang. *Nutrire Diaita*, 10 (2), 35-40.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, R. N. (2019). The Relationship Between Celebrity Worship And Body Image Adolescent Who Idolize K-Pop. *Journal Of Multicultural Studies In Guidance and Counseling*, 3 (2), 137-150.