

**HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS DENGAN *CELEBRITY*
WORSHIP PADA REMAJA PENGEMAR K-POP
DIPEKANBARU**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Strata Satu Psikologi*



Nelvi Afrilia Ningsih

168110062

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2021

LEMBAR PENGESAHAN
HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS DENGAN
CELEBRITY WORSHIP PADA REMAJA PENGGEMAR
KPOP DI PEKANBARU

NELVI AFRILIA NINGSIH
168110062

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Pada Tanggal
16 Agustus 2021

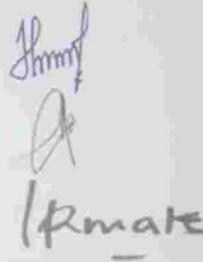
DEWAN PENGUJI

Jullani Siregar, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Ahmad Hidayat, S.Psi., S.Th.I., M.Psi., Psikolog

Irma Kusuma Salim, S.Psi., M.Psi., Psikolog

TANDA TANGAN



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Psikologi

Pekanbaru, 01 Oktober 2021

Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi




Yanwar Arief, M.Psi Psikolog

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nelvi Afrilia Ningsih

Npm : 168110062

Judul Skripsi : Hubungan Antara Religiusitas Dengan *Celebrity Worship* Pada Remaja Penggemar K-POP di Pekanbaru.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi manapun. Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat satupun karya atau pendapat yang pernah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis telah diacu dalam skripsi ini dan telah disebutkan seluruhnya secara sistematis pada daftar pustaka. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka saya bersedia gelar kesarjanaannya dicabut.

Pekanbaru, 11 2021

Yang menyatakan

Nelvi Afrilia Ningsih
168110062

KATA PENGANTAR

Asslamualaikum warahmatullahi wabarakatuh..

Alhamdulillah robbil'alamin, segala puji dan syukur atas kehadiran ALLAH SWT, yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis dan atas izin-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Hubungan Antara Religiusitas dengan Celebrity Worship Pada Remaja Penggemar K-pop di Pekanbaru”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar serjana program studi strata 1 (S1) pada Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.

Dalam pelaksanaan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati ini mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. DR. H. Syafrinaldi, S.H., MCL selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Bapak Yanwar Arief, M.Psi., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
3. Bapak Dr. Fikri Idris, S.Psi., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
4. Ibu Lisfarika Napitupulu, M.Psi., Psikolog selaku Wakil Dekan II Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.

5. Ibu Yulia Herawaty, S.Psi., M.A selaku Wakil Dekan III Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
6. Ibu Juliarni Siregar, M.Psi., Psikolog selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau dan selaku dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dengan kesibukan untuk selalu memberikan bimbingan, dorongan, dan ilmu yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat memahami dan termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Didik Widianoro, M.Psi., Psikolog selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
8. Terima kasih kepada seluruh dosen Fakultas Psikologi, Ibu Tengku Nila Fadhlia M.Psi., Psikolog, Ibu Syarifah Farradinna MA.,Ph.D, Ibu dr.Raihanatu Bin Qolbin Ruzain M.Kes, Ibu Leni Armayanti S.Psi., Msi, Bapak Dr. Sigit Nugroho, M.Psi., Psikolog, Bapak Ahmad Hidayat, M.Psi., Psikolog, Ibu Irma Kusuma Salim M.Psi., Psikolog, Ibu Icha Herawati S.Psi., M.Soc.,Sc, Dan Ibu Irfani Rizal S.Psi., M.Psi atas dukungan yang telah diberikan kepada penulis serta telah memberikan ilmu dan berbagai pengalaman yang sangat berharga selama penulis belajar di Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
9. Terima kasih kepada seluruh karyawan dan Staf Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau, Bapak Ridho Lesmana S.T, Ibu Eka Maillina S.E, Bapak Wan Rahmad Maulana S.E, Ibu Masriva S.Kom, Ibu Liza Fahrani S.Psi, dan

Bapak Bambang Kamajaya Barus S.P yang telah membantu proses administrasi perkuliahan.

10. Terimakasih kepada Ayahku Marlijon dan Ibuku Yessi Karbita dan adikku serta keluarga besarku yang selalu mendampingi, memberikan bantuan moral maupun material yang tak terhitung banyaknya dan tidak henti-hentinya mendo'akan serta memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih kepada para sahabatku yang selalu mendampingiku dan para remaja penggemar k-pop yang bersedia berpartisipasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Terimakasih kepada seluruh teman-teman angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terimakasih untuk kebersamaan yang menghadirkan rasa kekeluargaan yang tidak terlupakan.
13. Kepada semua pihak yang telah bersedia membantu selama proses penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Penulis ucapkan terimakasih atas bantuan dukungan dan motivasinya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis berharap kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalam...

Pekanbaru, 2021

Nelvi Afrilia Ningsih



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Religiusitas	11
2.1.1 Pengertian Religiusitas	11
2.1.2 Aspek-aspek Religiusitas	13
2.1.3 Faktor-Faktor Yang meningkatkan Religiusitas	15
2.2 <i>Celebrity Worship</i>	17
2.2.1 Pengertian <i>Celebrity Worship</i>	17
2.2.2 Aspek-Aspek <i>Celebrity Worship</i>	18
2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Celebrity Worship</i>	19
2.3 Kerangka Teoritis.....	21
2.4 Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	26
3.2 Defenisi Operasional.....	26
3.2.1 Religiusitas.....	26
3.2.2 <i>Celebrity Worship</i>	27
3.3 Subjek Penelitian.....	27
3.3.1 Populasi Penelitian.....	27
3.3.2 Sampel Penelitian.....	28

3.3.2.1 Jumlah Sampel	28
3.3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.4.1 <i>Celebrity Attitude Scale</i>	29
3.4.2 Skala I-PMIR	30
3.5 Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur	33
3.5.1 Validitas Alat Ukur	33
3.5.2 Reliabilitas Alat Ukur	33
3.6 Metode Analisis Data	34
3.6.1 Uji Normalitas	34
3.6.2 Uji Linieritas	35
3.6.3 Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Prosedur Penelitian.....	36
4.1.1 Penelitian Penelitian.....	36
4.1.2 Pelaksanaan Penelitian	39
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Deskriptif Subjek Penelitian	39
4.2.2 Deskriptif Data Penelitian	41
4.3 Hasil Analisis Data.....	43
4.3.1 Uji Normalitas	43
4.3.2 Uji Linieritas	44
4.3.3 Uji Hipotesis	44
4.4 Pembahasan	45
BAB V PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 *Blue Print Celebrity Attitude Scale (CAS)*

Tabel 3.2 Panduan Skoring Aitem *Celebrity Attitude Scale (CAS)*

Tabel 3.3 *Blue Print* Skala I-PMIR

Tabel 3.4 Panduan Skoring Aitem skala I-PMIR

Tabel 4.1 *Blue Print Celebrity Attitude Scale (CAS)* Setelah Pengguguran

Tabel 4.2 *Blue Print* Skala I-PMIR Setelah Pengguguran

Tabel 4.3 Data Demografis Penggemar K-pop

Tabel 4.4 Deskriptif Data Hipotetik dan Data Empirik

Tabel 4.5 Rumus Kategorisasi

Tabel 4.6 Rentang Nilai Kategorisasi Skor Partisipan Religiusitas

Tabel 4.7 Rentang Nilai Dan Kategorisasi Skor Celebrity Worship

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

Tabel 4.9 Hasil Uji Linieritas

Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	Skala Sebelum Pengguguran
LAMPIRAN II	Skoring Data Sebelum Pengguguran
LAMPIRAN III	<i>OUTPUT SPSS</i> Skala Sebelum Pengguguran
LAMPIRAN IV	Skala Penelitian
LAMPIRAN V	Skoring Data Penelitian
LAMPIRAN VI	<i>OUTPUT SPSS</i> Skala Penelitian



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

**HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS DENGAN *CELEBRITY*
WORSHIP PADA REMAJA PENGGEMAR K-POP
DIPEKANBARU**

**NELVI AFRILIA NINGSIH
168110062**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

ABSTRAK

Saat ini budaya K-pop banyak diminati oleh berbagai kalangan terutama kalangan remaja. dimana mereka menggandrungi idolanya melalui penampilan idolanya sehingga banyak penggemar yang tertarik ingin berpenampilan seperti idolanya. Selain itu tidak jarang penggemar terlalu terobsesi pada idolanya yang dapat menyebabkan munculnya *celebrity worship*, namun hal ini dapat dipengaruhi berbagai faktor salah satunya religiusitas. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara religiusitas dengan *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop di Pekanbaru. Subjek penelitian berjumlah 200 orang remaja yang berusia 15 sampai 21 tahun yang berada di kota Pekanbaru. Teknik sampling yang digunakan yaitu *Accidental Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan *Celebrity Attitude Scale (CAS)* yang telah disusun oleh Maltby dkk (2006) dan telah dimodifikasi oleh Fajariyani (2018) yang berjumlah 40 aitem untuk mengukur *celebrity worship* dan skala I-PMIR berdasarkan teori Raiya dkk (2008) yang dikembangkan oleh Ramdani dkk (2019) yang berjumlah 52 aitem. Data dianalisis dengan menggunakan korelasi *spearman's rho* dan hasilnya menunjukkan nilai koefisien korelasi r sebesar -0,593 dengan p sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara religiusitas dan *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop. Artinya, semakin tinggi religiusitas maka semakin rendah *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop dan sebaliknya semakin rendah religiusitas maka semakin tinggi *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop.

Kata Kunci: Religiusitas, *Celebrity Worship*, Remaja, K-POP.

**THE RELATIONSHIP BETWEEN RELIGIUSITY AND
CELEBRITY WORSHIP IN ADOLESCENT K-POP FANS IN
PEKANBARU**

**NELVI AFRILIA NINGSIH
168110062**

**FACULTY OF PSYCHOLOGY
RIAU ISLAMIC UNIVERSITY**

ABSTRACT

Currently, K-pop culture is in great demand by various groups, especially teenagers. where they love their idols through the appearance of their idols so that many fans are interested in wanting to look like their idols. In addition, it is not uncommon for fans to be too obsessed with their idols which can lead to the emergence of celebrity worship, but this can be influenced by various factors, one of which is religiosity. The purpose of this study was to determine the relationship between religiosity and celebrity worship among young K-pop fans in Pekanbaru. The research subjects were 200 teenagers aged 15 to 21 years who were in the city of Pekanbaru. The sampling technique used is Accidental Sampling. The data collection method uses the Celebrity Attitude Scale (CAS) which has been compiled by Maltby et al (2006) and has been modified by Fajariyani (2018) which consists of 40 items to measure celebrity worship and the I-PMIR scale based on the theory of Raiya et al (2008) which was developed by Ramdani et al (2019) totaling 52 items. The data were analyzed using Spearman's rho correlation and the results showed the value of the correlation coefficient r was -0.593 with p of 0.000 ($p < 0.05$). It can be concluded that there is a significant negative relationship between religiosity and celebrity worship among young K-pop fans. That is, the higher the religiosity, the lower the celebrity worship of K-pop fans and vice versa, the lower the religiosity, the higher the celebrity worship of K-pop fans.

Keywords: Religiosity, CelebrityWorship, Teenagers, K-POP.

ارتباط بين الدين الاسلامي با *Celebrity Worship* لدى المراهقين المعجبين K-
POP في بكنبارو

نلفي أفريليا ننجسيه

168110062

الملخص

كان المراهقين يعجبون K-POP في هذا العصر. ويجعلونهم كالأسوة من مظهره. حتى يكونوا من المعجبين حجباً شديداً وظهر *celebrity worship*، ويؤثرها العوامل منها الدين. يهدف هذا البحث إلى معرفة ارتباط بين الدين الاسلامي با *celebrity worship* لدى المراهقين المعجبين K-POP في بكنبارو. وأما أفراد البحث يتكون على 200 مراهقا وعمرهم 15-21 سنة في بكنبارو. واسلوب العينة المستخدمة هو *accidental sampling*. وأما الطريقة المستخدمة لجمع البيانات باستخدام مقياس *Celebrity Attitude Scale (CAS)* الذي ألفه ملتبي وصديقه (2006) ويصممه فجرياني (2018) وعدده 40 بنودا لمقياس *celebrity worship* و مقياس *PMIR-1* مسندا إلى نظرية رثيا وصديقه (2008) الذي يطوره رمداني وصديقه (2019) وعدده 52 بنودا. وتحلل البيانات باستخدام ارتباط *spearman's rho* ونتيجته دلت على koofesien ارتباط $r = -0.593$ و $p < 0.05$. الخلاصة هي وجود ارتباط بين الدين الاسلامي با *celebrity worship* لدى المراهقين المعجبين K-POP في بكنبارو. أي اذا ارتفع الدين الاسلامي فينخفض *celebrity worship* لدى المراهقين المعجبين إلى K-POP أو العكس، إذا انخفض الدين الاسلامي فيرتفع *celebrity worship* لدى المراهقين المعجبين إلى K-POP.

الكلمات الرئيسية: الدين الاسلامي، *celebrity worship*، المراهقين، K-POP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penggemar K-pop terbanyak di dunia, dimana data ini diambil sejak tahun 2019 sampai dengan tahun 2020. Jika dilihat dari jumlah penggemar K-pop melalui *twitter*, Indonesia menempati urutan ke-4 terbanyak dalam jumlah penggemar K-pop dan posisi utama adalah Amerika kemudian Jepang dan Korea Selatan. Jumlah cuitan di *Twitter* tentang K-pop di Indonesia termasuk peringkat ketiga setelah negara Thailand dan Korea Selatan. Grup K-pop yang paling digemari oleh pengguna *Twitter* Indonesia adalah *BTS*, *EXO*, *TXT*, *NCT 127* dan *Stray Kids* (Febriastuti, 2020).

Di Indonesia sendiri terdapat banyak komunitas penggemar K-pop, di kota Pekanbaru juga terdapat beberapa komunitas penggemar K-pop di sosial media seperti di *Instagram*, Grup *Whatsapp* dan sosial media lainnya, salah satu akun *instagram* komunitas penggemar K-pop di Pekanbaru adalah *@Kpopers_pku* yang memiliki sekitar 2267 pengikut. Selain itu, ada beberapa komunitas *dance* K-pop di Pekanbaru salah satunya komunitas FBK yang merupakan kumpulan para remaja yang suka melakukan *cover dance* K-pop dan sudah mempunyai 70 video di kanal *youtube* mereka sejak tahun 2014 (Gusmulyadi, 2017).

Budaya K-pop yang sedang memiliki banyak peminat masuk ke Indonesia melalui *Korean Wave* atau *Hallyu*. *Korean wave* atau *Hallyu*

merupakan istilah untuk budaya musik pop Korea Selatan yang telah tersebar secara global di sebagian negara di dunia, salah satunya di Indonesia (Shim dalam Putri dkk, 2019). Di Indonesia , tersebarnya budaya musik pop dari Korea diawali dari tahun 2002 setelah Piala Dunia Korea Selatan dan Jepang. Piala dunia tersebut ditayangkan di beberapa stasiun televisi Indonesia, lalu digunakan untuk memperkenalkan K-Drama atau drama seri Korea Selatan. K-Drama pertama ditayangkan berjudul *Mother's sea* pada tanggal 26 Maret 2002 di Trans TV yang merupakan salah satu stasiun televisi di Indonesia. Lalu drama selanjutnya yang berjudul *Endless Love* ditayangkan pada 1 Juli 2002 di Indosiar. Jumlah drama korea yang tayang di stasiun televisi Indonesia terdapat sekitar 50 judul drama korea pada tahun 2011 dan jumlah tersebut semakin meningkat setiap tahunnya (Nugroho dalam Putri dkk, 2019).

Fenomena *Korean Wave* pada saat ini paling banyak dialami oleh remaja baik wanita maupun pria, dimana mereka menggandrungi para idola lewat gaya yang ditampilkan para idolanya. Seiring menyebarnya budaya K-pop di berbagai negara dunia, penampilan para idola K-pop pun menjadi daya tarik bagi penggemarnya, banyak penggemar yang mengikuti gaya berpakaian sang idola baik saat diatas panggung maupun dibelakang panggung. Selain itu, bahkan penggemar juga mengikuti gaya rambut, sepatu, make up, skincare dan benda lain yang digunakan oleh idolanya, tidak jarang barang yang digunakan oleh idola K-pop langsung laku keras bahkan habis dibeli oleh penggemarnya (Nissa & Cozanah, 2019).

Salah satu penggemar K-pop dari negara Inggris yang bernama Oli London yang merupakan penggemar berat salah satu dari member BTS yaitu Jimin. Pria ini sangat terobsesi pada Jimin BTS, pria ini sangat ingin terlihat seperti idolanya hingga ia melakukan beberapa rangkaian operasi plastik seperti operasi hidung, mengubah bentuk mata, tulang rahang, tulang pipi, dagu, dan melakukan sedot lemak didadanya serta memutihkan kulitnya agar lebih mirip dengan idolanya. Menurutnya penampilan idolanya sangat sempurna dan wajah idolanya seperti boneka yang membuatnya terharu setiap melihat video idolanya. Disaat bertemu dengan Jimin BTS idolanya secara langsung menjadi dorongan baginya untuk melakukan beberapa rangkaian operasi plastik dan ia mengakui tidak merasa menyesal melakukannya, bahkan Oli London ingin melakukan beberapa rangkaian operasi plastik lagi (Bob, 2020).

Selain perilaku penggemar diatas, seorang perempuan bernama Kim yang berusia 23 tahun merupakan salah satu contoh penggemar yang rela melakukan hal yang tidak wajar seperti menunggu untuk melihat boy band EXO yang berjalan beberapa menit dikarpet merah selama 15 jam. Di Korea Selatan sendiri memiliki istilah *Bbasooni* yang artinya seorang wanita yang secara membabi buta mengejar penyanyi pria yang lebih tua, menggambarkan kelakuan penggemar K-pop yang tidak wajar. Ada juga istilah lain untuk penggemar K-pop yang tidak wajar yaitu *sasaeng*, *Sasaeng* ini melakukan hal yang sangat diluar batas karena mengganggu privasi dan kehidupan pribadi idolanya (Sari, 2020).

Perilaku yang dilakukan oleh penggemar tersebut merupakan bentuk dari *Celebrity Worship Syndrome*. *Celebrity Worship Syndrome* ialah salah satu sindrom perilaku obsesif dan adiktif terhadap selebriti dan segala sesuatu yang berhubungan dengan selebriti tersebut. Biasanya pengidap sindrom ini bisa menghabiskan waktunya untuk mempelajari semua hal tentang idolanya, mencari tau berita terbaru tentang idolanya dan bahkan melakukan beberapa interaksi disosial media dengan idolanya maupun menghadiri acara yang ada idolanya.

Survei yang dilakukan oleh Dewi (2017) terhadap 100 orang penggemar K-pop menghasilkan kurang lebih 57% dari penggemar tersebut merupakan remaja yang berusia 12 hingga 20 tahun dan 42% penggemar berumur 21 hingga 30 tahun dan sisanya berumur 30 tahun keatas. Kebanyakan penggemar K-pop adalah remaja dikarenakan pada saat usia tersebut identitas diri mereka tidak seluruhnya tercipta dan jati diri mereka belum sempurna.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh peneliti pada beberapa orang remaja penggemar K-pop di Pekanbaru menunjukkan hasil bahwa 6 dari 8 orang penggemar K-pop tersebut menunjukkan bahwa ia sangat menggemari K-pop bahkan dia rela menabung untuk membeli album, *photo card*, dan benda lainnya yang berkaitan dengan idolanya lalu ia juga selalu *update* dan mencari informasi yang terkait dengan idolanya, mereka mendengarkan musik dan melihat acara yang ada idolanya, selain itu juga penggemar suka mengikuti penampilan idolanya dan mereka juga menginginkan tipe ideal pasangannya seperti idolanya. Sedangkan 2 orang

remaja lainnya juga memggemari K-pop namun mereka hanya menikmati musik idolanya sekali-sekali dan tidak terlalu *update* dengan informasi yang berkaitan dengan idolanya, selain itu mereka juga tidak memiliki dan membeli album, *photo card* dan benda lain yang berkaitan dengan idolanya. Mereka juga merasa tidak tertarik untuk mengikuti penampilan idolanya. Serta mereka tidak mengharuskan tipe pasangannya seperti idolanya.

Dalam sebuah paradigma, masa remaja dijelaskan seperti perjalanan yang panjang dari anak-anak hingga dewasa. Menurut Santrock (2012) mengungkapkan pendapatnya bahwa pada masa remaja dimulai antara usia 10 sampai 13 tahun dan berakhir pada usia 18 sampai 22 tahun. Sedangkan Hurlock (2012) berpendapat bahwa rentang usia remaja dimulai pada usia 13 tahun hingga 18 tahun. Namun menurut Papalia dkk (2009) masa remaja dimulai saat usia 11 atau 12 tahun dan berakhir pada usia 20 tahunan.

Pada usia ini merupakan masa-masa yang membuat remaja kebingungan dengan rasa keingintahuan yang tinggi sehingga peran dari lingkungan sangat mempengaruhi baik peran teman sebaya maupun orang tua untuk menjawab kebingungan yang banyak dialami oleh remaja. Terutama untuk remaja yang lebih tertarik pada budaya luar dibanding ilmu-ilmu tentang agama islam yang tidak sejalan dengan nilai-nilai agama islam yang merupakan mayoritas di Indonesia. Sensus tahun 2010 yang dilakukan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) menunjukkan jumlah umat islam di Indonesia mencapai 207,2 juta atau mencapai 87,8% (Tumoto dalam Ramdani dkk, 2019). Dan berdasarkan hasil dari kompilasi data statistik sektoral dari perangkat daerah pemerintah kota Pekanbaru, Badan Pusat

Statistik (BPS) serta instansi lainnya memuat data umat muslim dikota Pekanbaru terdapat sebanyak diantaranya 18.097 pria dan 12.485 wanita muslim (Mahendra, 2020)

Individu yang dinilai religius merupakan individu yang menerapkan nilai-nilai agama dalam kehidupannya sehari-hari sehingga memberikan dorongan untuk berperilaku sesuai dengan ajaran agamanya. Religiusitas menurut Glock dan Stark (dalam Satriani, 2011) merupakan yakin kepada ajaran-ajaran agama tertentu serta akibat dari ajaran itu dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Islam adalah pedoman hidup manusia dan perwujudan cinta Allah padanya. Islam berperan penting dalam mewujudkan perdamaian dunia, karena Islam menyerukan persatuan dan tidak membedakan manusia dari penampilan. Islam juga merupakan agama dengan prinsip komprehensif dalam segala aspek kehidupan manusia.

Menurut Manaf (dalam Abdullah, 2013) psikologi islam merupakan sebagai satu bidang yang mengkaji dan mempelajari manusia dari jiwa atau hati (*al-qalb*), spiritual (*al-ruh*), intelektual (*al-'aql*) dan kehendak (*al-iradah*). Lalu, pada perspektif islam perbincangan psikologi ke atas manusia ialah perkara yang berhubung dengan jiwa manusia dan mesti berteraskan sumber utamanya iaitu al-quran dan sunnah yang mana kedua-dua sumber autentik ini secara telus telah menggariskan laluan yang tepat untuk diikuti.

Menurut Gunarsa (dalam Envira, 2019) menyatakan bahwa pada masa perkembangan remaja mengidolakan dan menjadikan selebriti sebagai *role model* merupakan hal yang wajar. Namun menurut Maltby dkk (dalam

Envira, 2019) hal tersebut akan menjadi tidak wajar ketika individu menjadi terobsesi kepada selebriti hingga menyebabkan perilaku *celebrity worship*.

Penggemar K-pop juga terdapat dikota Pekanbaru yang mayoritas penduduk Pekanbaru merupakan orang melayu muslim yang masih sangat kental dengan nilai adat dan norma agama. Jadi tingkat perilaku *celebrity worship* seharusnya akan lebih berkurang dari kota lain yang minoritas muslim atau penduduknya kurang mengikuti adat dan agama.

Seperti hasil pada penelitian yang dilakukan oleh Maltby dkk (2002) yang hasilnya yaitu menunjukkan bahwa seiring meningkatnya religiusitas bagi pria dan wanita maka kecenderungan berperilaku *celebrity worship* menurun. Namun terdapat banyak orang yang beragama tampaknya mengabaikan ajaran agama atau gagal dalam mengurangi perilaku *celebrity worship* mereka. Ditambah dengan pendapat Swami (dalam Fajariyani, 2018) yang mengatakan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *celebrity worship* yaitu religiusitas. Selain religiusitas juga terdapat faktor lain yang mempengaruhi *celebrity worship* yaitu *body image*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maltby dkk (2005) bahwa *celebrity worship* juga dipengaruhi oleh *body image* yang merupakan selebriti dengan tubuh ideal biasanya seorang penggemar yang menjadikan tolak ukur tubuh idola untuk membentuk tubuh ideal seperti idolanya. Selanjutnya kecerdasan sosial juga dapat berpengaruh pada *celebrity worship* dikarenakan individu yang tidak terampil dalam bersosialisai akan

lebih rentan mengisi kekosongannya dalam bersosialisai dengan *celebrity worship* (Maltby dkk, 2002).

Selanjutnya pada penelitian Maltby dkk (2004) juga mengungkapkan bahwa dengan adanya religiusitas, akan mempengaruhi perilaku *celebrity worship* pada individu. Individu yang memiliki religiusitas yang tinggi akan lebih menunjukkan kecintaannya kepada Tuhannya dari pada selebriti, selain itu individu juga akan lebih memilih memiliki *role model* yang berkaitan dengan agama nya, misalkan menjadikan nabi Muhammad SAW atau para ulama serta ustadz-ustadz sebagai panutan atau idolanya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Envira (2019) yang meneliti tentang hubungan antara pemujaan selebriti dengan gejala depresi pada remaja penggemar idola korea menghasilkan terdapat adanya hubungan yang positif diantara kedua variabel tersebut, yang artinya semakin tinggi pemujaan selebriti maka semakin tinggi pula gejala depresi pada remaja.

Pada aspek hubungan pribadi yang *intense* dalam variabel *celebrity worship*, Maltby (dalam Envira, 2019) dapat ditemukan aspek hubungan pribadi yang *intense* pada pada variabel *celebrity worship* bukan saja berhubungan dengan tingkat depresi dan kecemasan yang tinggi.

Apabila rasa kagum terhadap idola terus berkelanjutan, maka kecenderungan untuk memiliki perasaan yang berlebih terhadap idola tidak bisa dihindari, sehingga munculnya perilaku *celebrity worship*. Menurut Sansone dan Sansone (dalam Dila & Eliana, 2019) mengemukakan bahwa apabila *celebrity worship* terjadi secara terus menerus atau berkelanjutan,

perasaan yang hanya berawal dari rasa kagum yang biasa bisa menjadi *borderline pathological*. Maka dapat mengakibatkan dampak yang negatif seperti *addiction, dissociation, compulsive buying, anxiety, depression dan criminality*.

Sebelumnya Maltby dkk (2005) telah melakukan survei terhadap 209 orang yang dari Inggris dan dan 124 orang dari Amerika. Hasil survei menunjukkan bahwa kedua subjek yang berasal dari Inggris dan Amerika memiliki hasil yang sama yakni adanya hubungan positif di antara *celebrity worship* pada ada aspek hubungan pribadi yang internal dan *borderline pathological*, yang mana kecenderungan ini akan menjadi di narsistik. Hal tersebut bisa terjadi dikarenakan individu merasa ia memiliki kemampuan yang tidak biasa dan pada saat bisa bertemu dengan idolanya akan meningkatkan kan terasa narsistik yang mereka memiliki.

Selanjutnya survei juga dilakukan oleh Boon dan Lomore (dalam Envira, 2019) juga melakukan survei terhadap 75 mahasiswa dan hasilnya menunjukkan lebih dari 50% mahasiswa memiliki kepercayaan bahwa keyakinan sikap mereka dipengaruhi oleh idolanya.

Lalu pada penelitian yang dilakukan oleh Winurini (2019) menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan positif dan signifikan pada religiusitas dan kesehatan mental pada remaja, yang artinya semakin tinggi tingkat religiusitas yang dirasakan oleh remaja maka semakin tinggi pula kesehatan mental pada remaja

Dari beberapa fenomena diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa ketika diusia remaja yang masih labil mengenai jati dirinya sendiri dan membuatnya untuk menemukan identitas dirinya dengan mengikuti lingkungannya dan melakukan hal yang ia sukai tanpa mengetahui akibatnya. Oleh karena itu, pentingnya bagi remaja untuk mengetahui dan menjalani nilai-nilai agama islam agar bisa mengurangi perilaku *celebrity worship*. Selanjut penulis ingin meneliti apakah religiusitas dapat mengurangi *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop khususnya dikota Pekanbaru. Maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul : Hubungan antara religiusitas islam dengan *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop di Pekanbaru.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari isi latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini rumusan masalahnya adalah apakah ada kaitannya antara religiusitas dengan *celebrity worship* pada remaja penggemar K-POP di Pekanbaru?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat ada tidaknya hubungan antara religiusitas dengan *celebrity worship* pada remaja penggemar K-POP di Pekanbaru

1.4 Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi dan sumbangsih pemikiran serta pengetahuan khususnya dibidang psikologi klinis.

2. Sebagai bahan bacaan dan juga referensi bagi para peneliti lainnya yang tertarik melakukan penelitian tentang hubungan antara religiusitas dengan *celebrity worship* pada remaja penggemar K-POP di Pekanbaru.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Religiusitas

2.1.1 Pengertian Religiusitas

Sodikin (dalam Ramdani dkk, 2019) mengatakan bahwa kata Islam berasal dari bahasa Arab adalah "*Salima*", yang artinya selamat, lalu menjadi "*aslama*" yang memiliki arti berserah diri, ketundukan dan ketaatan agar individu tersebut mendapat balasan keselamatan baik didunia maupun diakhirat. Islam adalah pedoman hidup manusia dan perwujudan cinta Allah padanya (Ramdani dkk, 2019).

Gazalba (dalam Winurini, 2019) mengatakan bahwa religiusitas berasal dari kata religi dalam bahasa Latin "*religio*" yang pangkal katanya merupakan *religire* yang berarti mengikat. maka dari itu, memiliki arti yaitu rata-rata religi atau agama mempunyai aturan serta kewajiban yang wajib dipatuhi serta dilakukan oleh penganutnya. Dan semua itu berfungsi mengikat satu orang ataupun sekelompok orang dalam ikatannya dengan Tuhan, sesama manusia serta alam sekitar.

Glock dan Stark (dalam Ancok & Suroso, 2011) menyebutkan bahwa agama adalah sistem simbol, sistem kepercayaan dari sistem nilai dan sistem perilaku yang dilembagakan, yang pusatnya hidup dalam masalah yang paling bermakna (*Ultimate Meaning*). Dan religiusitas adalah salah satu bentuk kepercayaan, dengan menginternalisasikannya ke dalam

kehidupan sehari-hari, seseorang dapat memperoleh apresiasi dalam kehidupan sehari-hari.

Religiusitas merupakan wujud dalam membangun keteguhan keyakinan, memperdalam ilmu, melaksanakan ibadah dan prinsip-prinsip agama, serta menghargai agama yang didukung merupakan perwujudan dari religiusitas (Nashori, 2012). Lalu berpendapat bahwa religiusitas ialah konsistensi antara manusia dengan keyakinan beragama termasuk dalam unsur kognitif, perasaan dalam agama sebagai unsur emosional, dan perilaku agama sebagai unsur gerakan psikologis.

Religiusitas merupakan suatu kondisi individu yang dapat mendorong dan mengekspresikan dirinya dengan mengamalkan agama dalam kehidupan sehari-harinya. Selain itu dapat dikatakan bahwa religiusitas adalah suatu kondisi di mana seseorang akan merasakan dan menghargai apa yang telah Tuhan berikan kepadanya dalam cara menjalankan semua perintah-Nya, dan dapat menjauhkan semua larangan-Nya sehingga dia dapat merasakan bahwa Tuhan itu benar dan adil, sehingga dia merasa tenteram dan damai (Jalaludin, 2007).

Sedangkan menurut Suhardiyanto (2001), religiusitas ialah ikatan individu secara personal dengan Tuhan Yang Maha Esa. Dalam arti lain, religiusitas adalah intensitas agama, dalam hal ini yang dimaksud dengan intensitas adalah ukuran atau tingkatan.

Menurut Susanti (dalam Wahyuni, 2020) yang juga mengatakan bahwa religiusitas merupakan tingkat tertinggi ikatan antara manusia dan

Tuhan, dia selalu melibatkan semua urusan dengan Tuhan dengan mengamalkan nilai-nilai agama dalam hidupnya sendiri. Oleh karena itu, keyakinan beragama dapat dikatakan sebagai tingkat di mana seseorang percaya kepada Tuhan dan mengikuti semua ajaran agama yang berlaku dan masuk akal.

Dalam Islam, Bentuk religiusitas yang terpenting ialah individu bisa merasakan dan mengalami secara internal ikatannya dengan Allah SWT, akhir zaman, dan komponen agama lainnya. Oleh karena itu, religiusitas merupakan konsep yang menjelaskan kondisi religiusitas dan spiritualitas yang tidak terpisahkan (Daradjat dalam Wahyuni, 2020).

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat dikatakan bahwa religiusitas merupakan tingkatan dalam proses individu untuk meyakini adanya Tuhan dan mengimani-Nya serta melakukan perintah dan menjauhi larangan-Nya, lalu diterapkan pada kehidupan sehari-hari sebagai pedoman hidup.

2.1.2 Aspek Religiusitas

Glock dan Stark (dalam Ancok & Suroso, 2011) mengatakan bahwa terdapat 5 aspek religiusitas yaitu :

- a. *Religious Beliefs (The Ideological Dimension)* atau disebut juga dimensi keyakinan yaitu sejauh mana seseorang menerima dogma dalam ajaran agamanya. Misalnya keyakinan tentang keberadaan Tuhan, malaikat, kitab, nabi dan rasul, akhir dunia, surga, neraka dan dogma lainnya. Walaupun diakui bahwa setiap agama memiliki

sekumpulan keyakinan yang doktrinnya berbeda dengan agama lain, bahkan untuk satu agama pun, terkadang terdapat pemahaman yang berbeda dan seringkali bertentangan.

- b. *Religious Practice (The Ritualistic Dimension)* yaitu, sejauh mana seseorang memenuhi kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur-unsur yang ada pada level ini antara lain ibadah, budaya, dan hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang terhadap keyakinan agamanya.
- c. *Religious Knowledge (The Intellectual Dimension)* atau dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menggambarkan pemahaman seseorang tentang doktrin agamanya sendiri (khususnya alkitab dan doktrin lainnya). Setidaknya satu orang dengan keyakinan agama harus memahami pengetahuan dasar tentang keyakinan, ritual, kitab suci dan tradisi.
- d. *Religious Feeling* ialah termasuk dimensi perasaan dan pengalaman serta pengalaman religius. Misalnya, ada yang merasa dekat dengan Tuhan, ada yang takut akan dosa, ada yang merasa bahwa doanya diterima oleh Tuhan, dan sebagainya. dimensi yang terdiri dari perasaan- perasaan dan pengalaman-pengalaman keagamaan yang pernah dirasakan dan dialami. Misalnya seseorang merasa dekat dengan Tuhan, seseorang merasa takut berbuat dosa, seseorang merasa doanya dikabulkan Tuhan, dan sebagainya.
- e. *Religious Effect (The Consequential Dimension)* yakni Dimensi yang mengukur sejauh mana konsistensi perilaku seseorang dengan

keyakinan agama dalam hidupnya. Dari kelima aspek di atas maka semakin tinggi pemahaman dan implementasi masyarakat terhadap kelima dimensi tersebut maka semakin tinggi pula tingkat keyakinan beragama. Tingkatan keyakinan beragama seseorang akan tercermin dalam sikap dan perilaku sehari-harinya, dan sikap serta perilaku tersebut akan menyebabkan orang bertindak sesuai dengan kebutuhan agamanya.

Berdasarkan dari beberapa aspek diatas dapat disimpulkan bahwa untuk mengetahui sejauh mana individu meyakini Tuhannya, lalu mempelajari tentang ajaran agamanya dan mempraktikannya serta melakukan hal yang wajib dilakukan dalam agamanya dan tidak melakukan hal yang dilarang dalam agamanya. Lalu dari praktik tersebut individu akan mendapatkan rasa nyaman dan tenang jika melakukannya dan individu akan secara terus-menerus melakukannya.

2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

Menurut Thouless (dalam Satriani, 2011) faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas ada 4 macam yaitu:

- a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran serta bermacam tekanan sosial (faktor eksternal).
- b. Berbagai pengalaman yang pernah dialami oleh seseorang dalam membentuk sikap keagamaan paling utama pengalaman-pengalaman tentang (1) keelokan, keselarasan serta kebaikan dunia lain (faktor

alamiah), (2) adanya konflik moral dan (3) pengalaman keagamaan yang emosional (faktor afektif).

- c. Faktor-faktor yang semuanya atau sebagian muncul dari kebutuhan yang tidak terpenuhi, paling utama kebutuhan terhadap (1) keagamaan, (2) cinta kasih, (3) harga diri, (4) ancaman kematian.
- d. Berbagai proses pemikiran verbal atau proses intelektual. Manusia diciptakan dengan mempunyai bermacam-macam potensi. Salah satunya ialah potensi untuk beragama. Potensi beragama ini akan tercipta, tergantung pendidikan yang didapatkan oleh anak. Bersama dengan bertambahnya usia, maka akan timbul bermacam pemikiran verbal. Salah satu dari pemikiran verbal ini ialah pemikiran akan agama. Anak yang mulai dewasa akan mulai menentukan sikapnya pada ajaran-ajaran agama. Sikap-sikap ini yang akan mempengaruhi jiwa keberagamaannya.

Dari empat faktor di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi timbulnya keagamaan seseorang, yaitu: (1) faktor yang muncul dari dalam diri individu (internal), mencakupi pengalaman emosional individu, dengan adanya konflik dalam diri, serta adanya proses intelektual dan individu yang tidak memiliki kemampuan dalam mencapai kebutuhan psikologisnya (cinta, kasih, harga diri, dan lain-lain), (2) faktor eksternal, mencakupi pendidikan yang didapatkan oleh individu di lingkungan keluarga, sekolah maupun masyarakat, dan adanya tekanan-tekanan sosial.

2.2 *Celebrity Worship*

2.2.1 Pengertian *Celebrity Worship*

Menurut Sheridan dkk (dalam Fajariyani, 2018) *celebrity worship* telah menarik perhatian peneliti dalam penelitian psikologi. bermula dari 2 riset kecil dikembangkan menjadi literatur *celebrity worship*. riset pertama yang dilakukan ialah menguji hubungan antara *celebrity worship* dengan adiksi, dan riset kedua menguji hubungan *celebrity worship* dengan kriminalitas. *Celebrity worship* dapat dikatakan berada di setiap rangkaian.

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).

Celebrity worship dipengaruhi oleh kebiasaan individu melihat, mendengar, membaca dan mempelajari menyangkut kehidupan idolanya terlalu berlebihan sehingga bisa menyebabkan sifat empati, identifikasi, obsesi dan asosiasi yang bisa memunculkan konformitas (Maltby dkk., 2004). *Celebrity worship* merupakan jenis hubungan parasosial yang terus terjadi, mulai dari kekaguman biasa hingga psikopatologi (Dila & Eliana, 2019).

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat dikatakan bahwa *celebrity worship* merupakan kekaguman terhadap selebriti yang dianggap memiliki kelebihan dari segi fisik, visual, dan lain-lainnya. Rasa kagum ini

akan meningkat apabila individu terlalu sering melihat, mencari tahu serta mempelajari hal-hal tentang idolanya hingga memiliki rasa kagum yang tinggi dan bisa mempengaruhi psikologi seseorang.

2.2.3 Aspek *Celebrity Worship*

Maltby (2004) berpendapat bahwa ada 3 aspek *celebrity worship*:

a. Hiburan Sosial

Secara pribadi individu mengira bahwa selebriti yang mereka kagumi adalah hiburan sosial. Individu juga akan tertarik untuk mencari atau mendapatkan informasi terbaru tentang idola mereka. Sebagai ketertarikan pada idol, orang akan senang jika membahas hal-hal yang berhubungan dengan idol.

b. Perasaan Pribadi yang *Intense*

Perasaan pribadi yang *intense* diartikan sebagai seseorang yang memiliki pemikiran yang berhubungan dengan idola, meskipun orang tersebut tidak mempertimbangkan hal-hal yang berhubungan dengan idola. Individu terobsesi dengan semua hal yang berhubungan dengan idola. Penggemar impulsif dan terdorong tentang segala hal yang berhubungan dengan idola.

c. *Borderline-pathological*

Borderline-pathological diartikan sebagai individu yang memiliki pemikiran irasional dan tidak terkendali tentang idola. Individu bahkan akan melakukan apapun, bahkan hal-hal yang tidak wajar untuk idola.

Kesimpulan beberapa aspek diatas adalah individu mengagumi selebriti sebagai hiburan sosial baginya, lalu tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang idolanya. Ketika individu sudah merasa mengenal idolanya lebih jauh, dia akan memiliki pikiran merasa seperti memiliki hubungan dengan idolanya hingga terdorong ingin mengetahui semua hal tentang idolanya. Dan akan berpikir diluar akal sehat sehingga individu tersebut akan melakukan hal apapun untuk idolanya.

2.2.4 Faktor yang Mempengaruhi *Celebrity Worship*

Menurut Maltby (2002) terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi perilaku *celebrity worship*, antara lain sebagai berikut :

- a. Umur, puncak *celebrity worship* biasanya terjadi pada kalangan remaja dan akan berkurang setelah memasuki usia dewasa.
- b. Pendidikan, *celebrity worship* dilakukan biasanya oleh orang dengan kecerdasan lebih rendah. orang yang memiliki kecerdasan lebih tinggi mengagumi idolanya melalui kepribadian yang baik, atau apabila orang yang cerdas melihat idolanya tidak lebih pintar darinya, mereka lebih sedikit memuja idolanya.

- c. Keterampilan sosial, *celebrity worship* terjadi di antara orang-orang dengan keterampilan sosial yang kurang baik, dan terlihat bahwa *celebrity worship* mengisi celah dalam hubungan nyata.
- d. Jenis kelamin, Laki-laki dan perempuan dapat menyukai idola dengan latar belakang berbeda, tetapi intensitas menyukai idola lebih tinggi di antara perempuan.

Selain itu, ada faktor lain yang dapat mempengaruhi *celebrity worship* menurut Swami (dalam Fajariyani, 2018) yakni:

- a. Religiusitas

Glock dan Stark (dalam Ancok & Suroso, 2011) mengatakan bahwa religiusitas ialah semua fungsi manusia, termasuk keyakinan, emosi, dan perilaku yang cermat dan sadar yang diarahkan pada ajaran agama mereka. Dalam faktor ini, aspek keyakinan beragama berkaitan dengan tingkat keyakinan religius seseorang.

- b. *Body image*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maltby dkk (2005) bahwa *celebrity worship* juga dipengaruhi oleh citra tubuh. Sejenis selebriti dengan tubuh ideal biasanya seorang penggemar yang menjadikan tolak ukur tubuh idola untuk membentuk tubuh ideal seperti idolanya.

- c. Kepribadian

Kepribadian di sini didefinisikan sebagai perilaku individu ataupun penggemar yang dipengaruhi oleh idola.

Berdasarkan uraian yang disebutkan diatas, peneliti akan menggunakan salah satu faktor menurut Swami yaitu faktor religiusitas.

2.3 Kerangka Teoritis

K-pop merupakan musik pop yang populer dari Korea Selatan hingga keseluruhan penjuru dunia salah satunya di Indonesia. Budaya K-pop mulai menyebar di Indonesia yaitu melalui *korean wave*. Fenomena ini banyak dialami dari berbagai kalangan ditengah air dan kalangan yang paling banyak mengalaminya yaitu remaja. Menurut Weinstein dan Weinstein (2003) mengatakan bahwa selebriti merupakan fitur budaya kontemporer yang ada dimana-mana sehingga tidak mungkin untuk dihindari, melalui sosial media mudah untuk mengakses tentang selebriti. Setidaknya orang akan sedikit tertarik pada selebriti yang memiliki ketenaran yang mereka dapatkan berdasarkan pencapaiannya ataupun sensasi.

Dalam penelitian subjek yang digunakan oleh peneliti ialah remaja penggemar K-pop yang berusia antara 17 hingga 21 tahun, yang mana kriteria ini sesuai dengan salah satu faktor yang mempengaruhi *celebrity worship*. Maltby dkk (2002) mengungkapkan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *celebrity worship* ialah usia, puncak *celebrity worship* biasanya terjadi pada usia remaja dan akan berkurang setelah memasuki usia dewasa awal.

Santrock (2012) mengatakan bahwa masa remaja ialah masa pencarian identitas, yang mana pada masa remaja akan menentukan siapa dirinya, keunikannya dan tujuan hidupnya kedepan. Erikson (dalam Papalia

dkk, 2009) mengemukakan pendapatnya tentang pencarian identitas merupakan konsepsi tentang diri, nilai, menentukan tujuan, serta keyakinan yang dipengaruhi oleh eksternal.

Dalam proses pembentukan identitas diri, remaja akan mencari orang-orang yang dapat menjadi panutannya sendiri, Dalam penelitian ini role model yang dibahas adalah selebriti idola. Mencapai identitas diri yang sempurna dapat membantu kaum muda yang tidak mengalami krisis identitas di masa perkembangan mereka selanjutnya (Santrock, 2012).

Ditambah lagi karena mereka berada dalam masa transisi dari masa kanak-kanak hingga dewasa, situasi remaja agak kabur tentang diri dan lingkungannya (Ali & Asrori, 2014). Jadi tidak jarang terjadi perilaku *celebrity worship* yang dialami para remaja. *Celebrity worship* dipengaruhi oleh kebiasaan individu melihat, mendengar, membaca dan mempelajari menyangkut kehidupan idolanya terlalu berlebihan sehingga bisa menyebabkan sifat empati, identifikasi, obsesi dan asosiasi yang bisa memunculkan konformitas. Selain itu *celebrity worship* akan cenderung meningkat jika individu tidak memiliki identitas diri yang kuat dan keterampilan sosial yang kuat (Maltby dkk, 2004)

Menurut Gunarsa (dalam Envira, 2019) menyatakan bahwa pada masa perkembangan remaja mengidolakan dan menjadikan selebriti sebagai *role model* merupakan hal yang wajar. Namun menurut Maltby dkk (dalam Envira, 2019) hal tersebut akan menjadi tidak wajar ketika individu menjadi terobsesi kepada selebriti hingga menyebabkan perilaku *celebrity worship*.

Penggemar K-pop juga terdapat dikota Pekanbaru yang mayoritas penduduk Pekanbaru merupakan orang melayu muslim yang masih sangat kental dengan nilai adat dan norma agama. Jadi tingkat perilaku *celebrity worship* seharusnya akan lebih berkurang dari kota lain yang minoritas muslim atau penduduknya kurang mengikuti adat dan agama.

Seperti hasil pada penelitian yang dilakukan oleh Maltby dkk (2002) yang hasilnya yaitu menunjukkan bahwa seiring meningkatnya religiusitas bagi pria dan wanita maka kecenderungan berperilaku *celebrity worship* menurun. Namun terdapat banyak orang yang beragama tampaknya mengabaikan ajaran agama atau gagal dalam mengurangi perilaku *celebrity worship* mereka. Ditambah dengan pendapat Swami (dalam Fajariyani, 2018) yang mengatakan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *celebrity worship* yaitu religiusitas. Selain religiusitas juga terdapat faktor lain yang mempengaruhi *celebrity worship* yaitu *body image*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maltby dkk (2005) bahwa *celebrity worship* juga dipengaruhi oleh *body image* yang merupakan selebriti dengan tubuh ideal biasanya seorang penggemar yang menjadikan tolak ukur tubuh idola untuk membentuk tubuh ideal seperti idolanya. Selanjutnya kecerdasan sosial juga dapat berpengaruh pada *celebrity worship* dikarenakan individu yang tidak terampil dalam bersosialisai akan lebih rentan mengisi kekosongannya dalam bersosialisai dengan *celebrity worship* (Maltby dkk, 2002).

Selanjutnya pada penelitian Maltby dkk (2004) juga mengungkapkan bahwa dengan adanya religiusitas, akan mempengaruhi perilaku *celebrity worship* pada individu. Individu yang memiliki religiusitas yang tinggi akan lebih menunjukkan kecintaannya kepada Tuhannya dari pada selebriti, selain itu individu juga akan lebih memilih memiliki *role model* yang berkaitan dengan agamanya, misalkan menjadikan nabi Muhammad SAW atau para ulama serta ustadz-ustadz sebagai panutan atau idolanya.

Religiusitas ialah salah satu bentuk kepercayaan, dengan menginternalisasikannya ke dalam kehidupan sehari-hari, seseorang dapat memperoleh apresiasi dalam kehidupan sehari-hari dan agama adalah sistem simbol, sistem kepercayaan dari sistem nilai dan sistem perilaku yang dilembagakan, yang pusatnya hidup dalam masalah yang paling bermakna (*Ultimate Meaning*) yang berdasarkan dari Glock dan Stark (1965). Lalu pada tahun 2008, Abu Rayya membuat skala religiusitas berdasarkan teori Glock dan Stark dan diadaptasi oleh Ramdani dkk (2019) menjadi skala I-PMIR yang digunakan peneliti sebagai alat ukur untuk mengukur religiusitas

Pada penelitian yang dilakukan oleh Envira (2019) yang meneliti tentang hubungan antara pemujaan selebriti dengan gejala depresi pada remaja penggemar idola korea menghasilkan terdapat adanya hubungan yang positif diantara kedua variabel tersebut, yang artinya semakin tinggi pemujaan selebriti maka semakin tinggi pula gejala depresi pada remaja.

Pada aspek hubungan pribadi yang intens dalam variabel *celebrity worship*, Maltby (dalam Envira, 2019) dapat ditemukan aspek hubungan pribadi yang intens pada variabel *celebrity worship* bukan saja berhubungan dengan tingkat depresi dan kecemasan yang tinggi.

Sebelumnya Maltby dkk (2005) telah melakukan survei terhadap 209 orang yang dari Inggris dan dan 124 orang dari Amerika. Hasil survei menunjukkan bahwa kedua subjek yang berasal dari Inggris dan Amerika memiliki hasil yang sama yakni adanya hubungan positif di antara *celebrity worship* pada ada aspek hubungan pribadi yang internal dan *borderline pathological*, yang mana kecenderungan ini akan menjadi di narsistik. Hal tersebut bisa terjadi dikarenakan individu merasa ia memiliki kemampuan yang tidak biasa dan pada saat bisa bertemu dengan idolanya akan meningkatkan kan terasa narsistik yang mereka memiliki.

Selanjutnya survei juga dilakukan oleh Boon dan Lomore (dalam Envira, 2019) juga melakukan survei terhadap 75 mahasiswa dan hasilnya menunjukkan lebih dari 50% mahasiswa memiliki kepercayaan bahwa keyakinan sikap mereka dipengaruhi oleh idolanya.

Lalu pada penelitian yang dilakukan oleh Winurini (2019) menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan positif dan signifikan pada religiusitas dan kesehatan mental pada remaja, yang artinya semakin tinggi tingkat religiusitas yang dirasakan oleh remaja maka semakin tinggi pula kesehatan mental pada remaja

Berdasarkan pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya hubungan antara religiusitas dan *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop di Pekanbaru.

2.4 Dinamika Psikologis

Remaja merupakan puncak terjadinya *celebrity worship* yang pada usia remaja merupakan saat pencarian identitas diri sehingga remaja memerlukan *role model* sebagai panutannya yang sebelumnya tidak didapat dari sosok figur ayah dan ibu, sehingga individu akan mencari *role modelnya* sendiri untuk dijadikan panutannya. Selain itu, penggemar K-pop yang lebih memilih idola K-pop sebagai *role modelnya* dibanding Rasulullah SAW dan para sahabat atau tokoh tokoh islam lainnya dapat disebabkan dengan individu tersebut memiliki religiusitas namun tidak dengan spiritualitas.

2.5 Hipotesis penelitian

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yaitu adanya hubungan antara religiusitas dan *celebrity worship*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Identifikasi variable penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan 2 variabel, variabel merupakan suatu hal yang ditetapkan oleh penulis untuk diteliti dan dipelajari sehingga memperoleh informasi dan hasil tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun variabel pada penelitian ini yaitu :

Variable bebas (X) : Religiusitas

Variable terikat (Y) : *Celebrity worship*

3.2 Definisi operasional

3.2.1 Religiusitas

Religiusitas merupakan simbol, keyakinan dan perilaku yang dilembagakan, yang berpusat pada masalah yang dihayati sebagai yang paling bermakna dimana setiap pikiran, tindakan, sikap dan perilaku ditujukan untuk tujuan ibadah kepada Allah SWT. Religiusitas diukur dengan menggunakan skala I-PMIR berdasarkan teori Raiya dkk (2008) yang diadaptasi oleh (Ramdani dkk, 2019) berdasarkan aspek-aspek religiusitas yakni *beliefs, practices, ethical conduct do, ethical conduct don't* dan *universality*. Semakin tinggi skor skala menunjukkan semakin

tinggi religiusitas seseorang dan begitupun sebaliknya, jika semakin rendah skor skala maka semakin rendah pula religiusitas seseorang.

3.2.2 *Celebrity Worship*

Celebrity worship merupakan bentuk pemujaan atau dapat diartikan sebagai penyembahan terhadap tokoh selebriti. Obsesi dan ketertarikan terhadap selebriti berawal dari rasa kagum kemudian mencari informasi detail menyangkut kehidupan idolanya terlalu berlebihan sehingga bisa menyebabkan munculnya empati, identifikasi, obsesi dan asosiasi yang bisa memunculkan konformitas hingga psikopatologi. *Celebrity worship* diukur dengan menggunakan *Celebrity Attitude Scale (CAS)* yang telah disusun oleh Maltby dkk (2006) dan telah diadaptasi oleh Fajariyani (2018) berdasarkan aspek *celebrity worship* yakni hiburan sosial, hubungan pribadi yang *intense*, dan *borderline pathological*. Semakin tinggi skor skala menunjukkan semakin tinggi *celebrity worship* seseorang dan begitupun sebaliknya, jika semakin rendah skor skala maka semakin rendah pula *celebrity worship* seseorang.

3.3 Subjek penelitian

3.3.1 Populasi penelitian

Populasi ialah jumlah seluruh subjek penelitian ataupun kumpulan individu-individu yang memiliki jenis yang sama diwilayah tertentu yang akan dijadikan objek penelitian. Kelompok subjek wajib mempunyai karakteristik serta ciri khas yang dapat dibedakan dengan kelompok lain.

Populasi pula ialah bagian dari komunitas. Sebagian populasi akan terbentuk menjadi komunitas (Azwar, 2012).

Populasi pada penelitian ini ialah remaja muslim yang menggemari budaya K-pop dan tinggal dikota Pekanbaru yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Pada akun *instagram @Kpopers_pku* memiliki 2267 pengikut dan juga terdapat grup *whatsapp army* (penggemar *boy grup BTS*) yang memiliki 134 anggota dan grup *whatsapp stay* (penggemar *boy grup Stray Kids*) yang memiliki 42 anggota.

3.3.2 Sampel penelitian

Sampel ialah beberapa populasi yang wajib mempunyai karakteristik yang dimiliki populasi untuk penelitian, Ataupun salah satu bagian dari populasi yang sudah dipilih untuk mewakili populasi tersebut (Azwar, 2012).

3.3.2.1 Jumlah Sampel

Menurut Sugiyono (2009) sampel yang baik adalah berada pada kisaran 30 hingga 300 subjek. Dan pada penelitian ini, peneliti menggunakan sampel sebanyak 200 subjek.

3.3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel

Metode yang dilakukan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini ialah *non probability sampling* yang merupakan metode pengambilan sampel tidak dapat memberikan peluang yang sama untuk setiap elemen dalam populasi yang dipilih sebagai sampel. Teknik yang digunakan yaitu

Accidental Sampling merupakan salah satu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengambil subjek yang ditemukan dilapangan secara tidak sengaja atau kebetulan yang sesuai dengan persyaratan sampel yang dibutuhkan peneliti.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data adalah menggunakan skala. Skala ialah beberapa pernyataan yang disusun untuk mengungkapkan atribut melalui pilihan jawaban atas pernyataan tersebut (Azwar, 2015). Skala yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua skala yaitu *Celebrity Attitude Scale (CAS)* dan skala I-PMIR. Berikut ini adalah uraian lengkap mengenai skala tersebut.

3.4.1 *Celebrity Attitude Scale (CAS)*

Celebrity Attitude Scale (CAS) adalah skala yang bertujuan untuk mengukur *celebrity worship* yang dikembangkan oleh Maltby dkk (2006) dan telah diadaptasi oleh Fajariyani (2018). Skala ini menggunakan model skala *likert* yang terdiri dari beberapa aspek yaitu hiburan sosial, hubungan pribadi yang *intense*, dan *borderline pathological* serta memiliki 39 aitem *favorable* dan 1 aitem *unfavorabel*, total dari aitem skala ini adalah 40 aitem. Berikut merupakan *blueprint* dari skala tersebut.

Tabel 3.1 Blueprint Celebrity Attitude Scale (CAS) sebelum Try Out

Aspek	Aitem		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Hiburan Sosial	2, 5, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 26, 20, 31, 36		13
Hubungan Pribadi yang <i>Intense</i>	1, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 27, 28, 34, 35, 37, 38		16
<i>Borderline Pathological</i>	4, 20, 22, 23, 32, 24, 25, 30, 33, 39, 40		11
Total	39	1	40

Adapun panduan skoring yang diberikan untuk masing-masing aitem pada *Celebrity Attitude Scale (CAS)* adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Panduan Skoring Aitem Celebrity Attitude Scale (CAS)

<i>Favoreble</i>	Skor	<i>Unfavoreble</i>	Skor
Sangat Sesuai	5	Sangat Tidak Sesuai	5
Sesuai	4	Tidak Sesuai	4
Netral	3	Netral	3
Tidak Sesuai	2	Sesuai	2
Sangat Tidak Sesuai	1	Sangat Sesuai	1

3.4.2 Skala I-PMIR

Skala I-PMIR adalah skala yang bertujuan untuk mengukur religiusitas yang dikembangkan oleh Raiya dkk (2008) dan telah diadaptasi oleh Ramdani dkk (2019). Skala ini menggunakan model skala *likert* yang terdiri beberapa aspek yaitu keyakinan, praktik ibadah, etika yang

dianjurkan, etika yang tidak diperbolehkan dan hubungan seorang muslim dengan kehidupan serta memiliki 40 aitem *favorable* dan 12 aitem *unfavorabel*, total dari aitem skala ini adalah 52 aitem. Berikut merupakan *blueprint* dari skala tersebut.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Tabel 3.2 *Blueprint* Skala I-PMIR sebelum *Try Out*

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah	
		F	UF		
<i>Islamic beliefs</i> (Kepercayaan dasar dalam agama Islam)	Percaya kepada Allah	1, 2		2	
	Percaya kepada Malaikat	3,4		2	
	Percaya kepada kitab Allah	5, 6		2	
	Percaya kepada Rasulullah	7	8	2	
	Percaya kepada takdir Allah	9, 10		2	
	Percaya kepada hari kiamat	11	12	2	
	<i>Islamic practices</i> (Praktik ibadah dalam Islam untuk menunjukkan kepatuhan pada Islam)	Melaksanakan shalat dasar dalam ibadah Islam	13	14, 15	3
		Membayar zakat	16		1
Melaksanakan puasa ramadhan		17, 18	19	3	
Membaca Al-Qur'an		20, 21, 22, 23		4	
Berzikir kepada Allah		24,25	26	3	
Menutup aurat		27,28	29	3	
<i>Islamic ethical conduct do</i> (Etika atau perilaku yang dianjurkan untuk diikuti oleh umat Islam)		Menjadi rendah hati	30		1
	Menghormati orang tua, teman, dan tetangga	31,32, 33		3	
	Toleransi	34		1	
	<i>Islamic ethical conduct don't</i> (Etika atau perilaku yang tidak diperbolehkan dalam Islam)	Makan babi	35,36		2
Minum alkohol		37,38		2	
Berzina		39,40		2	
Mengunjing		41		1	
<i>Islamic universality</i> (Hubungan seorang muslim dengan kehidupan)	Persaudaraan sesama muslim	42,43	44	3	
	Kepedulian terhadap sesama muslim	45, 46, 47,	48	4	
	Kebanggaan menjadi muslim		49	1	
	Hidup dalam aturan Islam	50	51, 52	3	
	Total		40	12	52

Adapun panduan skoring yang diberikan untuk masing-masing aitem pada Skala I-PMIR adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Panduan Skoring Aitem Skala I-PMIR

<i>Favoreble</i>	Skor	<i>Unfavoreble</i>	Skor
Sangat Sesuai	5	Sangat Tidak Sesuai	5
Sesuai	4	Tidak Sesuai	4
Netral	3	Netral	3
Tidak Sesuai	2	Sesuai	2
Sangat Tidak Sesuai	1	Sangat Sesuai	1

3.5 Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur

3.5.1 Validitas Alat Ukur

Menurut Azwar (2015) validitas ialah suatu alat ukur atau alat tes dalam menjalankan fungsi dari pengukuran yang sesuai dengan tujuan yang hendak diukur. Sebelumnya pengembang alat ukur skala I-PMIR dan *Celebrity Attitude Scale (CAS)* sudah melakukan uji validitas isi yang menunjukkan hasil validitas yang baik, sehingga peneliti dapat menggunakannya pada penelitian sebagai alat pengumpulan data.

3.5.2 Reliabilitas Alat Ukur

Menurut Azwar (2015) reliabilitas ialah konsistensi alat ukur saat dilakukan uji pengukuran pada sampel yang sama. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat apakah hasil pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran

dapat dikatakan reliabel jika dilakukan beberapakali melakukan pengukuran yang sama namun hasil juga relatif sama. Yang artinya walaupun dilakukan pengukuran namun hasilnya tetap sama atau konsisten (Azwar, 2015). Koefisien reliabilitas berada pada kisaran angka 0,00 hingga 1,00. Koefisien reliabilitas akan semakin tinggi apabila angka mendekati 1,00 dan Koefisien reliabilitas akan semakin rendah apabila angka mendekati 0,00.

Pada *Celebrity Attitude Scale (CAS)* dan skala I-PMIR peneliti menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Dari hasil reliabilitas yang dilakukan pada penelitian sebelumnya nilai *alpha crounbach* yang didapatkan dari *Celebrity Attitude Scale (CAS)* dengan skor nilai 0,921 yang termasuk kedalam kategori tinggi. Sedangkan hasil reliabilitas dari peneliti sebelumnya terdapat hasil skala I-PMIR dengan skor nilai berjumlah 0,929.

3.6 Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, metode yang digunakan ialah analisis korelasi non parametrik. Metode tersebut digunakan untuk melihat ada tidaknya hubungan yang negatif pada religiusitas dan *celebrity worship*. Sebelumnya peneliti akan melakukan uji normalitas, uji linieritas dan uji hipotesis.

3.6.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah berdistribusi normal atau tidaknya populasi data penelitian. Jika data berdistribusi normal ($p > 0,05$) maka akan dilakukan analisis korelasi parametrik dan apabila data tidak berdistribusi normal ($p < 0,05$) maka akan dilakukan analisis korelasi non parametrik (Siregar, 2012).

3.6.2 Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas dan variabel terikat memiliki hubungan linier. Apabila nilai signifikan (p) dari nilai F (*Linierity*) $<0,05$, maka bisa dikatakan bahwa hubungan antara dua variabel tersebut merupakan linear. Dan sebaliknya, apabila signifikan (p) dari nilai F (*Linierity*) $>0,05$ maka dikatakan bahwa hubungan antara dua variabel tersebut tidak linier (Siregar, 2012).

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Spearman Rho*. Analisis yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara religiusitas dan *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop di kota pekanbaru. Analisis ini dilakukan menggunakan komputer program *SPSS 22 for windows*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Prosedur Penelitian

4.1.1 Persiapan Penelitian

Langkah pertama yang dilakukan peneliti yaitu mempersiapkan alat ukur untuk mengukur *celebrity worship* dan religiusitas, yang mana pada sebelumnya peneliti sudah melakukan permohonan izin terlebih dahulu kepada peneliti sebelumnya. Pada tanggal 11 Maret 2021 peneliti meminta izin kepada peneliti sebelumnya yaitu Fajariyani (2018) yang mengadaptasi *Celebrity Attitude Scale (CAS)*, Peneliti mengirim pesan melalui *instagram* kepada Fajariyani (2018) untuk meminta izin menggunakan *Celebrity Attitude Scale (CAS)* pada penelitian selanjutnya yang dilakukan peneliti. Dan pada hari yang sama peneliti mendapatkan balasan pesan dari peneliti sebelumnya yang memberikan izin kepada peneliti untuk menggunakan *Celebrity Attitude Scale (CAS)* yang ia adaptasi dari Maltby dkk (2006).

Selanjutnya Pada tanggal 12 Maret 2021 peneliti juga meminta izin kepada peneliti sebelumnya yaitu Zulmi Ramdani yang mengembangkan skala I-PMIR. Peneliti mengirim *email* kepada Zulmi Ramdani untuk meminta izin menggunakan skala I-PMIR pada penelitian selanjutnya yang dilakukan peneliti. Dan pada tanggal 15 Maret 2021 peneliti mendapatkan balasan *email* dari peneliti sebelumnya yang memberikan izin kepada peneliti untuk menggunakan skala I-PMIR yang ia kembangkan berdasarkan teori Raiya dkk (2008).

Celebrity Attitude Scale (CAS) terdapat 40 aitem pernyataan dan skala I-PMIR terdiri dari 52 aitem pernyataan. Sebelumnya, kedua skala tersebut telah dilakukan uji coba terlebih dahulu oleh peneliti. Hasil uji coba pada *Celebrity Attitude Scale (CAS)* didapatkan hasil reliabilitasnya dengan nilai *cronbach's alpha* 0,960 dan 9 aitem yang gugur yaitu 2, 14, 15, 16, 17, 21, 32, 36 dan 39 karena pada aitem tersebut memiliki nilai daya beda aitemnya lebih kecil dari 0,3, sehingga hasil dari *try out* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1
Blue Print Celebrity Attitude Scale (CAS) Setelah Ty Out

Aspek	Aitem		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Hiburan Sosial	2, 5, 13, 15 , 16 , 17 , 18, 19, 21, 26, 20, 31, 36		13
Hubungan Pribadi yang Intense	1, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14 , 27, 28, 34, 35, 37, 38		16
<i>Borderline Pathological</i>	4, 20, 22, 23, 24, 25, 30, 33, 39 , 40	32	11
Total	39	1	40

Ket: aitem yang **tebal** adalah aitem yang gugur.

Sedangkan hasil penelitian pada skala I-PMIR didapatkan hasil reliabilitasnya dengan nilai *cronbach's alpha* 0,992 dan 1 aitem yang gugur yaitu 34, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.2
Blue Print Skala I-PMIR Setelah Pengukuran

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		F	UF	
<i>Islamic beliefs</i> (Kepercayaan dasar dalam agama Islam)	Percaya kepada Allah	1, 2		2
	Percaya kepada Malaikat	3,4		2
	Percaya kepada kitab Allah	5, 6		2
	Percaya kepada Rasulullah	7	8	2
	Percaya kepada takdir Allah	9, 10		2
	Percaya kepada hari kiamat	11	12	2
	<i>Islamic practices</i> (Praktik dasar ibadah dalam Islam untuk menunjukkan kepatuhan pada Islam)	Melaksanakan shalat	13	14, 15
Membayar zakat		16		1
Melaksanakan puasa ramadhan		17, 18	19	3
Membaca Al-Qur'an		20, 21, 22, 23		4
Berzikir kepada Allah		24,25	26	3
<i>Islamic ethical conduct do</i> (Etika atau perilaku yang dianjurkan untuk diikuti oleh umat Islam)	Menutup aurat	27,28	29	3
	Menjadi rendah hati	30		1
	Menghormati orang tua, teman, dan tetangga	31,32, 33		3
<i>Islamic ethical conduct don't</i> (Etika atau perilaku yang tidak diperbolehkan dalam Islam)	Toleransi	34		1
	Makan babi	35,36		2
	Minum alkohol	37,38		2
	Berzina	39,40		2
<i>Islamic universality</i> (Hubungan seorang muslim dengan kehidupan)	Mengunjing	41		1
	Persaudaraan sesama muslim	42,43	44	3
	Kepedulian terhadap sesama muslim	45, 46, 47,	48	4
	Kebanggaan menjadi muslim		49	1
<i>Islamic universality</i> (Hubungan seorang muslim dengan kehidupan)	Hidup dalam aturan Islam	50	51, 52	3
	Total	40	12	52

Ket: aitem yang **tebal** adalah aitem yang gugur.

Peneliti menyusun kedua skala tersebut dalam bentuk *google form* upaya untuk mempermudah peneliti menyebar serta mendapatkan responden yang dibutuhkan peneliti pada masa pandemi *covid-19* saat ini, selain itu untuk menghindari penyebaran virus *covid-19* serta menjaga protokol kesehatan.

Lalu pada penelitian ini, peneliti menggunakan sampel sebanyak 200 orang yang mana menurut Crocker dan Algina mengatakan bahwa apabila pengambilan sampel sebanyak 200 orang, maka sampel tersebut sudah sesuai dengan standar sampel penelitian yang memadai (Azwar, 2012)

4.1.2 Pelaksanaan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 200 orang sampel berdasarkan menurut Crocker dan Algina mengatakan bahwa apabila pengambilan sebanyak 200 orang, maka sampel tersebut sudah sesuai dengan standar sampel penelitian yang memadai (Azwar, 2012)

Pada tanggal 14 April 2021 peneliti menyebarkan skala dalam bentuk *google form* kepada berbagai grup *whatsaapp* penggemar K-pop dan grup lainnya. Sebelumnya peneliti sudah menuliskan kriteria untuk menjadi responden yang peneliti butuhkan pada deskripsi *google form* sehingga dapat dipastikan responden yang mengisi skala tersebut sesuai dengan kriteria sampel yang peneliti inginkan. Dan sebelumnya juga telah dituliskan oleh peneliti untuk menjaga kerahasiaan jawaban dari seluruh responden pada setiap skala sebagai *informed consent*.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Deskriptif Subjek Penelitian

Adapun dari data demografis yang didapatkan dari sampel penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Data Demografis Penggemar K-pop

Data Demografis		F	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	26	13%
	Perempuan	174	87%
Usia	17 tahun	38	19%
	18 tahun	41	20,5%
	19 tahun	38	19%
	20 tahun	37	18,5%
	21 tahun	46	23%
	Agama	Islam	200
Grup yang diidolakan	<i>BTS</i>	68	34%
	<i>EXO</i>	55	27,5%
	<i>BLACKPINK</i>	22	11%
	<i>NCT</i>	20	10%
	<i>Treasure</i>	10	5%
	Lainnya	23	11,5%
	Lama menjadi penggemar K-pop	1 tahun kebawah	98
2 tahun		43	21,5%
3 tahun		30	15%
4 tahun		11	5,5%
5 tahun keatas		16	8%

Penelitian ini dilakukan di kota Pekanbaru dengan jumlah sampel 200 orang penggemar K-pop yang beragama Islam. Pada penelitian ini didapatkan jumlah perempuan (87%) lebih banyak dibanding jumlah laki-laki (13%). Dari segi usia paling banyak didapatkan yaitu pada usia 21 tahun (23%) dan paling sedikit didapatkan yaitu pada usia 20 tahun (18,5%). Serta grup yang paling banyak diidolakan pada sampel penelitian ini yaitu *BTS* dengan 68 penggemar (34%), *EXO* dengan 55 (27,5%), *BLACKPINK*

dengan 22 penggemar (11%), *NCT* dengan 20 penggemar (10%), *Treasure* dengan 10 penggemar (5%) dan sisanya 11,5%, 23 penggemar mengidolakan grup lainnya.

4.2.2 Deskriptif Data Penelitian

Hasil dari penelitian lapangan tentang hubungan antara religiusitas dan *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop. Lalu data tersebut dilakukan skoring dan dianalisis dengan menggunakan *SPSS 22.0 for windows*, dan diperoleh grafik deskripsi nilai minimum dan maksimum, nilai *mean* dan standar deviasi dari kedua data tersebut pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Deskriptif Data Hipotetik dan Data Empirik

Skala	Skor perolehan (empirik)				Skor dimungkinkan (hipotetik)			
	Min	Maks	Mean	SD	Min	Maks	Mean	SD
Religiusitas	100	255	255,56	36,846	51	255	153	34
Celebrity Worship	48	155	155	28,208	31	155	93	20,66

Pada tabel diatas dapat dilihat religiusitas dan *celebrity worship* memiliki tingkat yang berbeda. Berdasarkan dari skor empirik diperoleh religiusitas yang dialami oleh remaja penggemar K-pop mendapatkan skor minimal 100, skor maksimal 255, skor *mean* 255,56 dan skor standar deviasi 36,846. Sedangkan pada variabel *celebrity worship* skor minimal 48, skor maksimal 155, skor *mean* 155, dan skor standar deviasi 28,208.

Sementara itu, pada skor hipotetik diperoleh hasil religiusitas yang dialami oleh remaja penggemar K-pop mendapatkan skor minimal 51, skor maksimal 255, skor *mean* 153 dan skor standar deviasi 34. Sedangkan pada

variabel *celebrity worship* skor minimal 31, skor maksimal 155, skor *mean* 93, dan skor standar deviasi 20,66.

Selanjutnya pada hasil deskripsi digunakan rumus kategorisasi yang sudah ditetapkan berdasarkan skor *mean* dan skor standar deviasi empirik, kategorisasi terdapat 5 bagian yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.5
Rumus Kategorisasi

Rumus	Kategorisasi
Sangat Tinggi	$X \geq M + 1,5 SD$
Tinggi	$M + 0,5 SD \leq X < M + 1,5 SD$
Sedang	$M - 0,5 SD \leq X < M + 0,5 SD$
Rendah	$M - 1,5 SD \leq X < M - 0,5 SD$
Sangat Rendah	$X \leq M - 1,5 SD$

Keterangan:

M : *Mean*

SD : Standar deviasi

Sesuai dengan rumus kategorisasi pada tabel 4.5, untuk melihat kedua variabel pada penelitian ini ada lima kategori yaitu Sangat Tinggi, Tinggi, Sedang, Rendah dan Sangat Rendah.

Tabel 4.6
Rentang Nilai Kategorisasi Skor Partisipan Religiusitas

Kategori	Skor	Frequency	Persentase
Sangat Tinggi	$X \geq 171$	-	-
Tinggi	$171 \leq X < 207$	106	53%
Sedang	$207 \leq X < 243$	31	15,5 %
Rendah	$243 \leq X < 279$	48	24 %
Sangat Rendah	$X \leq 297$	15	7,5
Jumlah		200	100%

Berdasarkan pada tabel diatas didapatkan partisipan untuk variabel religiusitas paling banyak terdapat pada kategori tinggi yaitu sebanyak 106

(53%), lalu pada kategori rendah sebanyak 48 (24%), lalu 31 (15,5%) pada kategori sedang, dan 15 (7,5%) pada kategori sangat rendah .

Tabel 4.7

Rentang Nilai Kategorisasi Skor Partisipan <i>Celebrity Worship</i>			
Kategori	Skor	Frequency	Persentase
Sangat Tinggi	$X \geq 54$	14	7%
Tinggi	$54 \leq X < 82$	66	33%
Sedang	$82 \leq X < 110$	42	21%
Rendah	$110 \leq X < 138$	74	37%
Sangat Rendah	$X \leq 138$	4	2%
Jumlah		200	100%

Sedangkan pada variabel *celebrity worship* didapati partisipan pada kategori rendah paling banyak yaitu sebanyak 74 (37%), kemudian pada kategori tinggi terdapat sebanyak 66 (33%), lalu pada kategori sedang yaitu 42 (21%), 14 (7%) untuk kategori sangat tinggi 14 (7%) dan 4 (2%) pada kategori sangat rendah.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah berdistribusi normal atau tidaknya populasi data penelitian. Jika data berdistribusi normal ($p > 0,05$) maka akan dilakukan analisis korelasi parametrik dan apabila data tidak berdistribusi normal ($p < 0,05$) maka akan dilakukan analisis korelasi non parametrik (Siregar, 2012). Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9

Hasil Uji Normalitas Skala I-PMIR dan *Celebrity Attitude Scale*

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Relgiusitas	0,000 ($p < 0,05$)	Tidak Normal
<i>Celebrity Worship</i>	0,000 ($p < 0,05$)	Tidak Normal

Pada uji normalitas diatas didapatkan hasilnya yaitu nilai signifikansi variabel relgiusitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai signifikansi variabel *celebrity worship* sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Maka kedua variabel tersebut tidak berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas dan variabel terikat memiliki hubungan linier. Apabila nilai signifikan (p) dari nilai F (*Linierity*) $< 0,05$, maka bisa dikatakan bahwa hubungan antara dua variabel tersebut merupakan linear. Dan sebaliknya, apabila signifikan (p) dari nilai F (*Linierity*) $> 0,05$ maka dikatakan bahwa hubungan antara dua variabel tersebut tidak linier (Siregar, 2012). Hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Linieritas Skala I-PMIR dan *Celebrity Attitude Scale*

Variabel	<i>Linierity</i> (F)	Signifikansi	Keterangan
Relgiusitas <i>Celebrity Worship</i>	205,242	0,000	Linier

4.3.2 Uji Hipotesis

Pada penelitian ini didapatkan hasil uji hipotesis yaitu terdapat hubungan yang negatif antara religiuistas dan *celebrity worship* pada remaja

penggemar K-pop. Analisis uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan teknik *spearman's rho*. Sehingga hasil uji korelasi antara religiusitas dan *celebrity worship* yang didapatkan nilai koefisien korelasi (r) = -0,593 ($r < 0,05$) dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Hipotesis Skala I-PMIR dan *Celebrity Attitude Scale*

Variabel	Nilai r	Signifikansi	Keterangan
Relgiusitas <i>Celebrity Worship</i>	-0,593	0,000	Diterima

Hal ini menunjukkan terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kedua variabel tersebut, yang mana semakin tinggi religiusitas maka semakin rendah *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop dan sebaliknya semakin rendah religiusitas maka semakin tinggi *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima berdasarkan uji normalitas.

4.4 Pembahasan

Dari analisis data hipotesis dengan menggunakan teknik *spearman's rho*, terlihat bahwa ada korelasi negatif antara religisuitas dengan *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop. Diperoleh dengan nilai korelasi (r) = -0,593 serta nilai signifikansi dari kedua variabel tersebut yaitu 0,000 ($p < 0,05$). Artinya semakin tinggi religiusitas maka semakin rendah *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop dan sebaliknya.

Maka hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maltby dkk (2002) yang hasilnya yaitu menunjukkan nilai korelasi $r = -0,20$, sehingga terdapat adanya hubungan yang negatif antara religiusitas dan *celebrity worship*. Yang artinya seiring meningkatnya religiusitas bagi pria dan wanita maka kecenderungan berperilaku *celebrity worship* menurun dan sebaliknya jika menurunnya religiusitas pada pria dan wanita maka kecenderungan berperilaku *celebrity worship* meningkat.

Lalu penelitian yang dilakukan oleh Liu (2013) dengan menguji dua jenis alat ukur. Pada alat ukur *Celebrity Attitude Scale* (CAS) didapatkan hasil hipotetis bahwa *celebrity worship* berkorelasi negatif dengan religiusitas namun pada alat ukur *the Idol Worship Questionnaire* (IWQ) menunjukkan hasil nilai korelasi yang positif antara *idol worship* dan religiusitas.

Dalam penelitian ini subjek yang digunakan oleh peneliti ialah remaja penggemar K-pop yang berusia antara 17 hingga 21 tahun, yang mana kriteria ini sesuai dengan salah satu faktor yang mempengaruhi *celebrity worship*. Maltby dkk (2002) mengungkapkan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *celebrity worship* ialah usia, puncak *celebrity worship* biasanya terjadi pada usia remaja dan akan berkurang setelah memasuki usia dewasa awal.

Berdasarkan pada tahap perkembangan psikoseksual (Freud, 2006) bahwa kedua orang tua memiliki peran yang penting dalam pembentukan kepribadian seorang anak. Yang mana jika anak tidak melihat adanya sosok

figur ayah atau figur ibu sebagai sosok yang dapat ia jadikan panutan maka anak tersebut akan mencari *role model*nya sendiri yang bisa didapatkan melalui sosok selebriti dan menjadikannya idolanya.

Lalu ditambah dengan pendapat Swami (dalam Fajariyani, 2018) yang mengatakan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *celebrity worship* yaitu religiusitas. Selain religiusitas juga terdapat faktor lain yang mempengaruhi *celebrity worship* yaitu *body image*, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maltby dkk (2005) bahwa *celebrity worship* juga dipengaruhi oleh *body image* yang merupakan selebriti dengan tubuh ideal biasanya seorang penggemar yang menjadikan tolak ukur tubuh idola untuk membentuk tubuh ideal seperti idolanya. Selanjutnya kecerdasan sosial juga dapat berpengaruh pada *celebrity worship* dikarenakan individu yang tidak terampil dalam bersosialisasi akan lebih rentan mengisi kekosongannya dalam bersosialisasi dengan *celebrity worship* (Maltby dkk, 2002).

Selanjutnya pada penelitian Maltby dkk (2004) juga mengungkapkan bahwa dengan adanya religiusitas, akan mempengaruhi perilaku *celebrity worship* pada individu. Individu yang memiliki religiusitas yang tinggi akan lebih menunjukkan kecintaannya kepada Tuhannya daripada selebriti, selain itu individu juga akan lebih memilih memiliki *role model* yang berkaitan dengan agamanya, misalkan menjadikan nabi Muhammad SAW atau para ulama serta ustadz-ustadz sebagai panutan atau idolanya.

Berdasarkan hasil dari penelitian didapat bahwa religiusitas lebih tinggi dibandingkan tingkat *celebrity worship*, serta tidak ditemukan perilaku penggemar sampai pada tingkat *borderline pathological*. Penyebab remaja masih menggemari sosok selain tokoh islam yaitu walaupun mereka memiliki tingkat religiusitas yang tinggi namun kurangnya pada tingkat spiritualitas. Yang mana seperti yang dikatakan oleh Jung (dalam Ihsan, 2012) kebanyakan dari pasiennya tidak memiliki masalah utama pada religiusitas akan tetapi tidak adanya rasa dalam religiusitas itu sendiri.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Envira (2019) yang meneliti tentang hubungan antara pemujaan selebriti dengan gejala depresi pada remaja penggemar idola korea menghasilkan terdapat adanya hubungan yang positif diantara kedua variabel tersebut, yang artinya semakin tinggi pemujaan selebriti maka semakin tinggi pula gejala depresi pada remaja.

Pada aspek hubungan pribadi yang *intense* dalam variabel *celebrity worship*, Maltby (dalam Envira, 2019) dapat ditemukan aspek hubungan pribadi yang *intense* pada *celebrity worship* yang berhubungan dengan tingkat depresi dan kecemasan yang tinggi.

Sebelumnya Maltby dkk (2005) telah melakukan survei terhadap 209 orang yang dari Inggris dan dan 124 orang dari Amerika. Hasil survei menunjukkan bahwa kedua subjek yang berasal dari Inggris dan Amerika memiliki hasil yang sama yakni adanya hubungan positif di antara *celebrity worship* pada ada aspek hubungan pribadi yang internal dan *borderline pathologycal*, yang mana kecenderungan ini akan menjadi narsistik. Hal

tersebut bisa terjadi dikarenakan individu merasa ia memiliki kemampuan yang tidak biasa dan pada saat bisa bertemu dengan idolanya akan meningkatkan kan rasa narsistik yang mereka memiliki.

Selanjutnya survei juga dilakukan oleh Boon dan Lomore (dalam Envira, 2019) juga melakukan survei terhadap 75 mahasiswa dan hasilnya menunjukkan lebih dari 50% mahasiswa memiliki kepercayaan bahwa keyakinan sikap mereka dipengaruhi oleh idolanya.

Lalu pada penelitian yang dilakukan oleh Winurini (2019) menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan positif dan signifikan pada religiusitas dan kesehatan mental pada remaja, yang artinya semakin tinggi tingkat religiusitas yang dirasakan oleh remaja maka semakin tinggi pula kesehatan mental pada remaja

Berdasarkan pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya hubungan antara religiusitas dan *celebrity wosrhip* pada remaja penggemar K-pop di Pekanbaru.

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari terdapat beberapa kelemahan yang mungkin bisa mempengaruhi hasil penelitian yaitu teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *accidental sampling*, yang mana teknik ini merupakan salah satu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengambil subjek yang ditemukan dilapangan secara tidak sengaja atau kebetulan. Sehingga hasil penelitian ini hanya berlaku pada sampel dalam penelitian ini saja. Selain itu, pada uji normalitas dihasilkan data tidak normal dikarenakan teknik sampling yang

digunakan, oleh karena itu agar data berdistribusi normal maka teknik sampling yang digunakan seharusnya teknik probability sampling yang mana semua populasi memiliki kesempatan untuk menjadi sampel sehingga dapat meminimalisir nilai ekstrim sehingga data berdistribusi normal (Bungin, 2011). Serta banyaknya aitem yang gugur pada alat ukur dan satu aitem dari indikator toleransi dalam *aspek ethical conduct do* pada variabel religiusitas tidak dapat diukur karena nilai daya beda aitemnya kurang dari 0,3.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti didapati hasilnya yaitu terdapat adanya hubungan antara religiusitas dengan *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop dengan nilai koefisien korelasi $r = -0,593$ dan nilai signifikansi $0,000$ ($p < 0,05$). Dan didapatkan arah hubungan yang negatif antara religiusitas dengan *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop. Hubungan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi religiusitas maka semakin rendah *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop dan sebaliknya semakin rendah religiusitas maka semakin tinggi *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, berikut saran dari peneliti yang bisa dilakukan yaitu :

1. Bagi Penggemar K-pop

Bagi penggemar K-pop peneliti menyarankan untuk menyukai idola dalam keadaan yang wajar. Menyukai idola bukan hanya karena visualnya saja namun karena prestasi dan keripadian yang baik. Serta kerja keras, disiplin dan ketekunan idola dalam belajar dapat dijadikan motivasi dalam kehidupan sehari-hari. Meningkatkan religiusitas dalam bentuk menguatkan keimanan, ibadah kepada Allah dan menjalankan syariat dapat melindungi

dari munculnya *celebrity worship*. Serta untuk mempertahankan harga diri yang tinggi dalam bentuk positif.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a) Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian dengan tema serupa harap menggunakan teknik *sampling probabilty* agar dapat bermanfaat untuk penelitian kedepannya. Serta menggunakan jumlah sampel yang lebih besar agar data berdistribusi normal.
- b) Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan try out ulang alat ukur yang digunakan dengan jumlah sampel yang lebih besar agar aspek *ethical conduct do* menunjukkan nilai daya beda aitem yang baik.
- c) Peneliti selanjutnya untuk dapat mempertimbangkan lagi variabel yang dipilih yang dapat mempengaruhi *celebrity worship* selain variabel religiusitas. Seperti variabel harga diri dan variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, C. H. (2013). Pembinaan Tamadun Islam Seimbang Melalui Psikologi Islam. *Jurnal Hadhari*, 5(1), 199–213.
- Ali, M., & Asrori, M. (2014). *Psikologi Remaja : Perkembangan Peserta Didik*. Bumi Aksara.
- Ancok, D., & Suroso, F. . . (2011). *Psikologi Islami*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015a). *Dasar-Dasar Psikometrika*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015b). *Reabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, Sarifudin. (2012). *Penyusunan skala psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saripuddin. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- 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. <https://doi.org/10.35508/jhbs.v1i1.2078>
- Bungin. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana.
- Dila, F., & Eliana, R. (2019). *Hubungan antara bandwagon effect dan celebrity worship pada penggemar k-pop skripsi*.
- Envira, R. (2019). *Hubungan Antara Pemujaan Selebriti dan Gejala Depresi pada Remaja Penggemar Idola K-Pop*. 626–636.
- fajariyani. (2018). *HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN CELEBRITY WORSHIP PADA PENGGEMAR K-POP*. 121.
- febriastuti. (2020). *indonesia masuk daftar jumlah fans K-pop terbanyak didunia*,. minews.id. <https://www.minews.id/gaya-hidup/indonesia-masuk-daftar-jumlah-fans-kpop-terbanyak-di-dunia-fandom-mana-ajanih>.
- Freud, & Sigmund. (2006). *Pengantar Umum Psikoanalisis*. Pustaka Pelajar.
- Gusmulyadi, H. (2017). *Fokus dalam pembuatan cover dance, FBK Pekanbaru kumpulan anak muda pecinta K-Pop*. pekanbaru.tribunnews.com. <https://pekanbaru.tribunnews.com/2017/07/19/fokus-dalam-pembuatancover-dance-fbk-pekanbaru-kumpulan-anak-muda-pecinta-k-pop>
- Hurlock, E. . (2012). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan Edisi Kelima*. Erlangga.
- Jalaludin. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosda Karya.

- Kumparan.com. (2017). *Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan Bumbu Remaja*. Kumparan.com. <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja>. Diakses 09:00, 02/03/2021.
- Kumparan.com. (2020). *Demi Mirip Jimin BTS, Pria Habiskan Rp2,9 Miliar untuk Operasi Plastik*. https://kumparan.com/berita_viral/demi-mirip-jimin-bts-pria-habiskan-rp29-miliar-untuk-operasi-plastik-1u4115nuik5/full. Diakses pada 08:31, 02/02/2021
- Liu. (2013). *This document is downloaded from CityU Institutional Repository , Run Run Shaw Library , City University of Hong Kong .*
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Gillett, R., Houran, J., & Ashe, D. D. (2004). Personality and coping: A context for examining celebrity worship and mental health. *British Journal of Psychology*, 95(4), 411–428. <https://doi.org/10.1348/0007126042369794>
- 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(1), 17–32. <https://doi.org/10.1348/135910704X15257>
- Maltby, J., Houran, J., Lange, R., Ashe, D., & McCutcheon, L. E. (2002). Thou shalt worship no other gods - Unless they are celebrities: The relationship between celebrity worship and religious orientation. *Personality and Individual Differences*, 32(7), 1157–1172. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(01\)00059-9](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(01)00059-9)
- Nashori, F. (2012). *Mengembangkan Kreativitas Dalam Perspektif Psikologi Islam*. mMenara Kudus.
- Nissa, R. S. I., & Cozanah, R. (2019). *Celebrity Worship Syndrome, saat kekaguman berubah menjadi obsesi*. Suara.com. <https://www.suara.com/health/2019/09/20/182500/celebrityworshipsyn-drome-saat-kekaguman-pada-idola-berubah-jadi-obsesi>.
- Papalia, D. ., Olds, S. ., & Feldman, R. . (2009). *Human Development (Perkembangan Manusia edisi 10 buku 2)*. Salemba Humanika.
- Pekanbaru.go.id. (2020). *Data Statistik Sektoral*. pekanbaru.go.id. https://www.pekanbaru.go.id/berkas_file/media/33975-media-17-statistik-sektoral-2020.pdf
- Putra, D. D. M. G. B. A., & Fakultas. (2012). Pemujaan terhadap Idola Pop sebagai dasar Intimate Relationship pada Dewasa Awal: sebuah studi kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*, 1 no. 2(02), 53–59.
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>

- Ramdani, Z., Salsabila, D. F., Rofifah, R., & Natanael, Y. (2019). Uji Validitas Konstruk Indonesian-Psychological Measurement of Islamic Religiousness (I-PMIR). *Jurnal Psikologi Islam dan Budaya*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.15575/jpib.v2i2.5494>
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development Edisi Ketiga belas Jilid1*. Erlangga.
- Sari, G. (2020). *Fans Kpop sering dicibir, benarkah karenakelewat halu dan berperilaku buruk?* Indozone.id. <https://www.indozone.id/life/jzsQ9WP/alasan-fans-k-pop-sering-dicibir-benarkah-karena-kelewat-halu-dan-berperilaku-buruk/read-all>.
- Satriani. (2011). *Hubungan Tingkat Religiositas Dengan Kecemasan Moral Mahasiswa Ushuluddin UIN Suska Riau*. 1-.
- Siregar, S. (2012). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Suhardiyanto. (2001). *Pendidikan Religiusitas Gagasan, Isi, dan Pelaksanaannya*. Kanisius.
- Wahyuni, S. (2020). *Hubungan Antara Religiusitas Dengan Konsep Diri Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau*. Tidak dipublikasikan.
- Weinstein, D., & Weinstein, M. (2003). Celebrity Worship as Weak Religion. *Word & World*, 23(3), 294–302.
- Winurini, S. (2019). Hubungan Religiusitas dan Kesehatan Mental pada Remaja Pesantren di Tabanan. *Aspirasi: Jurnal Masalah-masalah Sosial*, 10(2), 139–153. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v10i2.1428>