

**GAMBARAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA REMAJA DAN  
DEWASA AWAL DI FANDOM ARMY MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi  
Universitas Medan Area

Oleh :

**NURUL ANISA**

**18.860.0079**



**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 17/3/23

Access From (repository.uma.ac.id)17/3/23

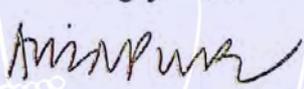
## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

### GAMBARAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA REMAJA DAN DEWASA AWAL DI FANDOM ARMY MEDAN

Dipersiapkan dan di susun oleh  
Nurul Anisa  
188600079

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada Tanggal 7 Februari 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua	Sekretaris
 (Merri Hafni, S.Psi, M.Psi, Psikolog)	 (Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi)
Pembimbing	Penguji Tamu
 (Farida Hanum, S.Psi, M.Psi)	 (Anna Wati Dewi Purba, S.Psi, M.Si)

Skripsi ini diterima sebagai salah satu  
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana  
Tanggal 7 Februari 2023

Kepala Bagian  
BAGIAN KELOMPOK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
ERKEMBANGAN

(Dinda Permatasari harahap, S.Psi, M.Psi, Psikolog)

Mengetahui  
Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

  
Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area  
(Ph.D)  
FAKULTAS PSIKOLOGI

## HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Anisa

Npm : 188600079

Program Studi : Psikologi Perkembangan

Fakultas : Psikologi

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah skripsi ini tidak terdapat bagian karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang penuh ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dengan demikian saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi dan apabila dokumen ilmiah Skripsi ini di kemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Medan, 21 Februari 2023

Peneliti  
  
Nurul Anisa

(188600079)

Document Accepted 17/3/23

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

---

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area saya yang bertanda tangan di bawah ini :

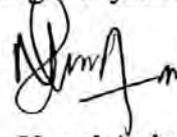
Nama : Nurul Anisa  
NPM : 188600079  
Program Studi : Psikologi Perkembangan  
Fakultas : Psikologi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah yang berjudul : **Gambaran *Celebrity Worship* Pada Remaja Dan Dewasa Awal Di Fandom ARMY Medan.**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasi tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Di buat di : Medan  
Pada tanggal : 21 Februari 2023

Yang menyatakan



**Nurul Anisa**

## MOTTO

*“Jika ada yang kamu inginkan, lakukanlah! Jangan takut gagal dan menyesal dikemudian hari”*



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam penyusunan karya ilmiah, sehingga penulis dapat menyelesaikannya.

Saya persembahkan karya sederhana ini yang mungkin selama ini banyak yang menanti. Kepada kedua orang tua saya, bapak Nazly Syahputra dan ibu Rismawarni yang telah bersabar dan senantiasa baik mendidik saya, yang selalu mendoakan saya kepada Allah SWT sepanjang hari disetiap sujudnya, sehingga saya dapat menyelesaikan kewajiban saya sampai detik ini dan menyelesaikan penelitian skripsi saya dengan baik.

Saya juga mempersembahkan karya sederhana ini untuk seluruh orang yang telah mendukung saya dan seluruh orang yang saya sayangi.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nurul Anisa

Tempat/Tgl lahir : Medan, 01 November 2000

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Jl. Benteng Hilir Gg. Keluarga No. 17 a

Nomor Ponsel : 08886104723

Email : [nurulanisass11@gmail.com](mailto:nurulanisass11@gmail.com)

Pendidikan formal :

1. TK Fatimatur Ridho, dari tahun 2004-2006
2. SD Negeri 067240 Medan, dari tahun 2006-2012
3. SMP Swasta Budisatrya Medan, dari tahun 2012-2015
4. SMA Negeri 11 Medan, dari tahun 2015-2018
5. Penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Psikologi

Universitas Medan Area pada tahun 2018

## UCAPAN TERIMA KASIH

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Bismillahirrahmanairrahim, segala puji syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas Rahmat dan Ridho-Nya akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Gambaran *Celebrity Worship* pada Remaja dan Dewasa Awal di Fandom ARMY Medan”. Shalawat dan salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan dunia dan akhirat. Proses penyusunan ini tidak sekedar pemenuhan tugas akhir sebagai syarat untuk memperoleh derajat keserjanaan Strata 1, namun lebih pada proses untuk memperluas wawasan serta menambah bekal ilmu penulis untuk menghadapi masa depan kelak.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. M. Erwin Siregar, MBA selaku ketua Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Hasanuddin, Ph.D selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
4. Ibu Laili Alfitah, S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
5. Ibu Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing peneliti dengan sabar, memberikan arahan, memberikan motivasi, ilmu, dan pengertian yang membantu peneliti selama proses pembuatan skripsi.

6. Ibu Anna Wati Dewi Purba, S.Psi, M.Si selaku penguji yang telah berkenan hadir dalam setiap proses seminar.
7. Ibu Merri Hafni, S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku ketua yang telah berkenan hadir dalam ujian skripsi saya.
8. Bapak Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi selaku sekretaris yang sudah berkenan menjadi notulen dalam proses seminar.
9. Kepada komunitas ARMY Medan Borahe yang sudah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di komunitas tersebut.
10. Seluruh staf bagian tata usaha dan dosen fakultas psikologi Universitas Medan Area yang telah membantu dan memberikan bekal ilmu kepada peneliti demi kelancaran hingga selesainya skripsi ini.
11. Kedua orang tua saya Bapak Nazly Syahputra dan Ibu Rismawarni, yang tidak pernah berhenti mendoakan dan mendukung peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas semua kasih sayang dan pendidikan yang telah di berikan serta percaya dan selalau mengapresiasi setiap perkembangan peneliti selama proses perkuliahan.
12. Kepada kakak saya Riza Putri Utami dan Kartika Sari yang telah memeberikan dukungan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada keponakan saya Kia, Zea, dan Hana yang telah menghibur saya.
14. Terima kasih untuk kamu Qadafi Abdu Alfarizi yang telah sangat membantu dan menemani selama proses penyelesaian skripsi ini.
15. Kepada seluruh teman-teman kuliah saya, yang sudah membantu dan mengarahkan pengerjaan skripsi ini, Nazla, Dita, dan Eka. Terimakasih atas dukungan, semangat, dan perjuangannya.
16. Terima Kasih kepada diri saya sendiri yang tetap semangat untuk berjuang melawati berbagai peristiwa hingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
17. Dan terakhir semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran membangun dari semua pihak yang sebagai masukan bagi peneliti. Akhir kata peneliti mengucapkan terimakasih bagi setiap pembaca dan berharap agar kiranya ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, 21 Februari 2023

Nurul Anisa



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sampai dengan saat ini penulis masih diberikan kesehatan serta semangat yang luar biasa sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Sudah menjadi kewajiban bagi para mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, dalam menyelesaikan studinya diwajibkan mengerjakan tugas akhir, guna untuk melengkapi syarat-syarat memperoleh gelar Sarjana Psikologi. Untuk itu penulis menyusun skripsi yang berjudul: **“Gambaran Celebrity Worship Pada Remaja Dan Dewasa Awal Di Fandom ARMY Medan”**.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang penulis sampaikan dalam skripsi ini masih ada kekurangannya. Hal ini karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan ilmiah penulis, sehingga dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Medan, 21 Februari 2023

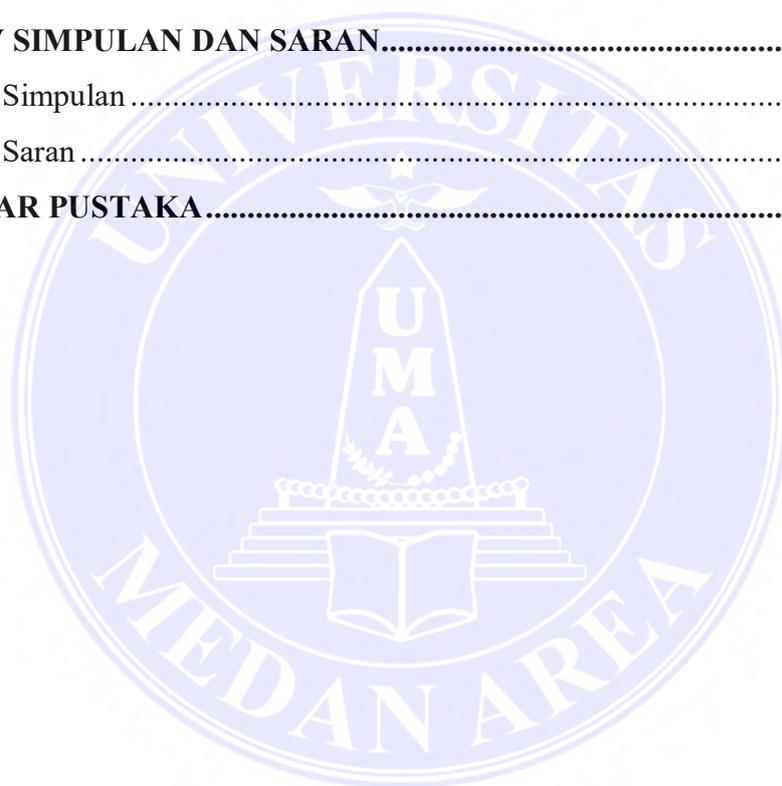
Nurul Anisa

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> Error! Bookmark not defined.	
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
A. Identifikasi Masalah .....	13
B. Batasan Masalah.....	14
C. Rumusan Masalah .....	14
D. Tujuan Penelitian.....	15
E. Manfaat Penelitian.....	15
1. Manfaat teoritis.....	15
2. Manfaat praktis .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
A. <i>Celebrity Worship</i> .....	16
1. Pengertian <i>Celebrity Worship</i> .....	16
2. Dimensi <i>Celebrity Worship</i> .....	17
3. Dampak <i>Celebrity Worship</i> Terhadap Penggemar .....	22
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Celebrity Worship</i> .....	25
B. BTS Dan Fandom ARMY .....	28

1. Pengertian BTS.....	28
2. Pengertian Fandom ARMY.....	29
C. Remaja .....	34
1. Pengertian Remaja .....	34
2. Ciri-ciri Masa Remaja.....	36
3. Tugas-tugas Perkembangan Masa Remaja.....	40
D. Dewasa Awal .....	42
1. Pengertian Dewasa Awal .....	42
2. Aspek-aspek Perkembangan Dewasa Awal .....	43
3. Ciri-ciri Dewasa Awal .....	45
4. Tugas Perkembangan Dewasa Awal.....	50
E. Gambaran <i>Celebrity Worship</i> Pada Remaja dan Dewasa Awal .....	54
F. Kerangka Konseptual .....	57
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
A. Tipe Penelitian .....	58
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	58
C. Defenisi Operasional <i>Celebrity Worship</i> .....	58
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	59
1. Populasi.....	59
2. Sampel.....	60
E. Metode Pengumpulan Data.....	61
1. Skala <i>Celebrity Worship</i> .....	61
F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	61
1. Validitas Alat Ukur.....	61
2. Reliabilitas Alat Ukur .....	62
G. Teknik Analisis Data .....	63
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
A. Orientas Kancah Penelitian.....	64
B. Persiapan Penelitian.....	65
1. Persiapan Administrasi .....	65
2. Persiapan Alat Ukur Penelitian.....	65

C. Pelaksanaan Penelitian.....	67
1. Uji Validitas .....	68
2. Uji Reliabilitas.....	69
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian .....	70
1. Hasil analisis deskriptif secara umum.....	70
2. Hasil analisis deskriptif secara individual .....	71
3. Hasil persentase dimensi tahapan <i>celebrity worship</i> .....	73
E. Pembahasan.....	74
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>
A. Simpulan .....	82
B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>



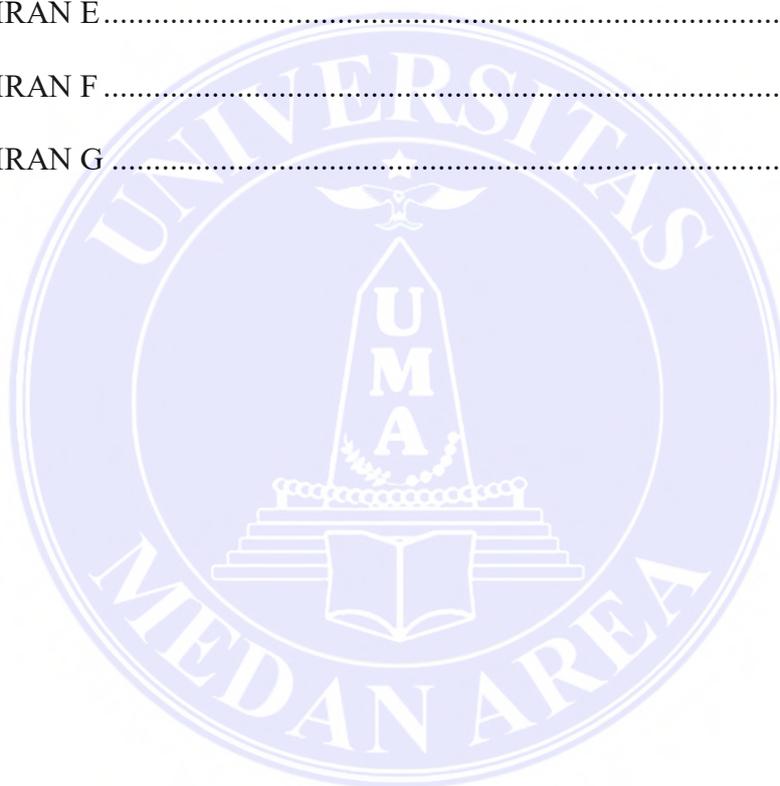
## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Norma Skor Dimensi Tahapan <i>Celebrity Worship</i> .....	63
Tabel 4.1 Distribusi Penyebaran Aitem Skala <i>Celebrity Worship</i> .....	66
Tabel 4.2 Distribusi Penyebaran Aitem Skala <i>Celebrity Worship</i> Setelah Penelitian.....	68
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Celebrity Worship</i> .....	70
Tabel 4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Celebrity Worship</i> .....	70
Tabel 4.5 Hasil Analisis <i>Z-score</i> Individual.....	72
Tabel 4.6 Hasil Analisis Tahapan Perkembangan .....	73



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A .....	89
LAMPIRAN B.....	93
LAMPIRAN C.....	100
LAMPIRAN D .....	107
LAMPIRAN E .....	111
LAMPIRAN F .....	118
LAMPIRAN G .....	120



## GAMBARAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA REMAJA DAN DEWASA AWAL DI FANDOM ARMY MEDAN

Nurul Anisa

18.860.0079

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana gambaran *celebrity worship* pada remaja dan dewasa awal di fandom ARMY Medan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini sebanyak 133 anggota fandom ARMY Medan yang terdiri dari remaja dan dewasa awal, dan sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 60 anggota fandom ARMY Medan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *quota sampling* dengan kriteria; a. Usia 15-40 tahun; b. Anggota fandom ARMY Medan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala rating yang di sebarakan melalui *google Forms*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik statistik deskriptif dengan menghitung persentase data dari setiap dimensi, kemudian menginterpretasi skor persentase data dan menganalisisi setiap dimensiya secara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *celebrity worship* pada remaja dan dewasa awal di fandom ARMY Medan, berada pada dimensi *intense personal feeling* sebesar 26,7% dan dimensi *borderline-pathological tendency* sebesar 73,3%. Pada remaja dan dewasa awal didapatkan hasil 8 partisipan remaja dan 8 partisipan dewasa awal berada pada diemensi *intense personal feeling*, dan 22 partisipan remaja dan 22 partisipan dewasa awal berada pada dimensi *borderline-pathological tendency*.

**Kata Kunci** : *Celebrity Worship*, Remaja, Dewasa Awal, Fandom.

**DESCRIPTION OF CELEBRITY WORSHIP ON ADOLESCENT AND  
EARLY ADULTHOOD IN THE MEDAN ARMY FANDOM**

**Nurul Anisa**

**18.860.0079**

**ABSTRACT**

*This study aims to explain in detail the description of celebrity worship depicts teenagers and early adults in the ARMY Medan fandom. The method used is a descriptive method with a quantitative approach. The population of this study was 133 members of the Medan ARMY fandom consisting of teenagers and early adults, and the sample used in this study was 60 members of the Medan ARMY fandom. The sampling technique in this study used a quota sampling technique with the criteria; a. Age 15-40 years; b. A member of the Medan ARMY fandom. The data collection in this study used a rating scale which was distributed through google forms. The data analysis technique in this study used descriptive statistical techniques by calculating the percentage of data from each dimension, then interpreting the data percentage scores and analyzing each dimension in depth. The results of this study indicate that celebrity worship in adolescents and early adults in the ARMY Medan fandom, is in the dimension of intense personal feeling by 26.7% and the dimension of borderline-pathological tendency of 73.3%. In adolescents and early adults, it was found that 8 middle adolescent participants and 8 early adult participants were on the dimension of intense personal feeling, and 22 adolescent participants and 22 early adult participants were on the borderline-pathological tendency dimension.*

**Keywords** : *Celebrity Worship, Teenagers, Early Adult, Fandom.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman, informasi-informasi terkini mudah diakses pada era modern ini. Melalui media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *google*, *twitter* dan lain sebagainya. Dengan mudahnya mengakses informasi memudahkan munculnya budaya-budaya yang di sukai oleh banyak orang atau biasa disebut budaya populer. Budaya populer atau yang biasa dikatakan sebagai budaya pop berkaitan sebagai tersebarnya nilai-nilai dan budaya yang berasal dari satu negara ke negara-negara lain.

Kecenderungan kesamaan minat terhadap budaya pop tertentu dapat terjadi akibat transfer nilai-nilai budaya ke dalam budaya populer, sehingga membahayakan kelangsungan budaya dan masyarakat lokal. Selanjutnya, Syah (2018) menyatakan bahwa semakin banyak budaya populer diserap, maka tanpa disadari semakin merasuk ke dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Konsumsi budaya pop kemudian mengarah pada adaptasi nilai, norma, dan gaya hidup.

Budaya Korea menjadi salah satu budaya populer yang pada saat ini berkembang pesat di seluruh dunia. K-pop adalah produk budaya populer Korea yang sangat banyak di minati termasuk di Indonesia. Menurut Jung (2011) mengatakan bahwa Indonesia menjadi negara dengan pertumbuhan pasar K-pop yang pesat nomor satu di Asia Tenggara.

K-pop yang juga dikenal sebagai Korean Pop, adalah jenis musik tertentu yang tidak selalu mengacu pada semua musik populer Korea, sebaliknya ini dikaitkan dengan konsep idola musik yaitu sebuah sub-genre yang berorientasi pada bintang dari industri hiburan anak muda yang terkait erat dengan industri televisi. Menurut Amroshy dan Imron (2014) K-pop penuh dengan lagu-lagu yang menarik yang mengusung genre musik *dance pop*, khususnya musik pop barat yang dipadukan dengan kehebatan menari, wajah yang cantik, dan tipe tubuh yang sempurna. Untuk memudahkan pemahaman, liriknya dicampur antara bahasa Korea dan Inggris. Istilah yang diberikan kepada grup-grub vokal K-Pop disebut dengan *boyband* atau *girlband*.

Dengan semakin berkembangnya musik K-pop di Indonesia, banyak terbentuk komunitas-komunitas K-pop. Menurut Nurtaeni (dalam Wahyuningtyas & Kusuma, 2021) mengatakan *boyband* dan *girlband* ini kemudian memberikan nama panggilan kepada penggemarnya sebagai bagian dari hubungan tersebut. Akibatnya, muncul sekelompok penggemar yang mengadopsi nama-nama khas yang berasal dari julukan tersebut. Di sinilah fenomena penggemar pertama kali muncul, kemudian berkembang dengan terciptanya komunitas penggemar yang dikenal dengan nama fandom. Menurut Sandvoss (dalam Sagita & Kadewardana, 2018) mengatakan bahwa fandom adalah cerminan dari penggemar itu sendiri karena ada hubungan emosional antara fans dengan idolanya. Fans sering mendapatkan dorongan dan kekuatan dari fandom dan idola, karena mereka merasakan koneksi dan kemiripan sehingga mereka mengidentifikasi diri sebagai anggota fandom itu sendiri.

Saat ini di Medan banyak terbentuknya fandom-fandom dari *girlband* atau *boyband* yang berasal dari Korea. Dengan menggunakan platform media sosial mereka membentuk fandom-fandom dengan jumlah pengikut hingga ribuan orang. Salah satunya adalah fandom dari ARMY (*Adorable Representative M.C for Youth*) fanbase dari *boyband* BTS. BTS merupakan *boyband* yang berada dibawah naungan Big Hit Music atau HYBE label. *Boyband* BTS, atau yang biasa dikenal sebagai *Bangtan Boys* memulai debutnya pada 13 Juni 2013 ini dinobatkan menjadi grup idola nomor 1 di Korea Selatan dan sukses menembus pasar global. BTS memiliki tujuh member yaitu RM (Kim Nam Joon), Kim Soek Jin, Suga (Min Yoonggi), J-Hope (Jung Ho Soek), Park Jimin, V (Kim Taehyung), dan Joen Jungkook. BTS telah mengalami pasang surut yang sulit untuk mencapai kesuksesan yang begitu luas. Ketujuh member BTS harus melakukan pelatihan bertahun-tahun sehingga menempati posisi yang sekarang ini. (Riona & Krisdinanto, 2021).

ARMY Medan borahe adalah salah satu fandom ARMY yang berasal dari Medan. Terbentuk pada februari tahun 2020 dan memiliki 133 anggota fandom. Kegiatan yang dilakukan fandom ini bermacam-macam, mulai dari nobar (nonton bareng) konser BTS, *norebang* (karaoke) bersama anggota fandom, event perayaan ulang tahun member BTS dan *anniversary* BTS, kegiatan amal, dan lain-lain. Sebagaimana fandom lainnya, anggota menjadikan fandom ARMY Medan borahe sebagai tempat bertukar informasi, diantaranya *merchandise* yang dikeluarkan oleh BTS, video mengenai BTS, acara-acara yang di hadiri BTS, cara-

cara melakukan vote untuk mendukung BTS memenangkan penghargaan, dan berita-berita terbaru mengenai BTS.

Remaja merupakan kelompok usia dimana banyak diantara mereka menjadi penggemar idola K-pop dan ikut bergabung ke dalam fandom-fandom idola tersebut. Hal ini terjadi karena remaja sering kali membentuk *secondary attachments* dengan tokoh-tokoh yang mereka temui di media populer (Boon & Lomore, 2001). Terbukti dari data sensus ARMY pada tahun 2020 tercatat bahwa ARMY dari kalangan remaja mencapai 50,31 persen atau setara dengan 202.704 orang sama dengan setengah total dari data penggemar (BTS ARMY Census, 2020).

Masa remaja menurut Erickson (dalam Santrock, 2012) merupakan masa krisis identitas atau pencarian jati diri. Tidak mudah menjalani masa-masa ini. Dari lingkungan sekitar dan teman sebaya, banyak hal yang diamati dan dipelajari. Remaja akan memilih orang atau idola yang dapat membimbing mereka dalam pencarian informasi untuk menciptakan identitas mereka sendiri karena mereka juga menghadapi keraguan dan kebingungan tentang peran baru (Liu, 2013). Hal ini juga dialami oleh seorang remaja yang berinisial D yang berusia 17 tahun yang juga sebagai salah satu anggota di fandom ARMY Medan Borahe. Berikut merupakan hasil wawancara dengan D:

*“Jujur sebelum ngenal bangtan belum bisa sih kek menemukan jati diri sendiri dan sebelum ngenal bangtan introvertnya jauh lebih parah dibandingkan sekarang walaupun masih introvert tpi dilevel 9/10 insecurenya juga jangan ditanya dulu parah banget Allahuakbar, kalo sekarang masih ada juga sih insecure sama introvertnya tapi ga separah*

*dulu, nah setelah ngenal bangtan hidup aku yang tadinya di bawah sekarang kayak jauh lebih tinggi, nah pokoknya beda banget kek lebih berwarna sih setelah kenal bangtan dan berpengaruh juga sama mindset yang makin positif setelah apa yang bangtan sharing hal positif dan menurutku harus dicontoh sih dan iya kedatangan bangtan kek pembawa penyelamat bagi manusia sih ibaratnya kalo lilin dipertemukan dengan api dinyalakan ditempat gelap bakal terang bukan? Sama halnya bangtan dimata dunia always membawa positif vibes.” (28 Februari 2022)*

Blos dan Josselson (dalam Yue & Cheung, 2019) menyatakan bahwa ketika remaja mencari identitas dan menuju kemajuan keintiman dengan orang lain yang signifikan, mereka membutuhkan idola untuk dijadikan sebagai panutan untuk menetapkan nilai mempersiapkan diri untuk menjadi dewasa. Jika orang tua memberikan dasar yang tidak aman, anak cenderung menjadi cemas dan panik dan menunjukkan perkembangan ego yang belum matang. Sebagai alternatif, anak-anak harus mengembangkan identitas dengan meniru dan orang tua mereka tetapi berbeda dengan mereka. Dengan demikian, penyembahan (worship) dapat memberikan dasar yang aman yang diperlukan untuk pengembangan ego. Akibatnya, idola dapat membantu transisi remaja dari keterikatan orang tua asli mereka ke keterikatan yang lebih dekat dan romantis dengan orang lain yang signifikan (Yue & Cheung, 2019).

Saat remaja menjadikan idola sebagai *significant other*, remaja akan mulai melakukan imitasi atau peniruan terhadap tokoh idola tersebut. Sejalan dengan itu Santrock (2003) memaparkan bahwa ketika remaja mengeksplorasi dan mencari identitas budayanya, remaja seringkali bereksperimen dengan peran-peran yang berbeda, dimana idola atau selebriti merupakan salah satu model yang dijadikan remaja contoh untuk bereksperimen dengan peran-peran berbeda. Bandura (dalam

Santrock, 2003) menyatakan bahwa individu belajar dengan mengamati apa yang dilakukan oleh orang lain. Menurut Bandura (dalam Saifuddin, 2022) mengatakan bahwa ketika seseorang mengamati seorang figur yang dikaguminya dan kemudian meniru setiap perilaku figur yang di kaguminya tersebut ini lah yang disebut dengan imitasi. Proses imitasi melibatkan reproduksi aktual dari aktivitas motorik yang di amati. Dalam prosesnya imitasi dilakukan setelah melakukan proses mediasi, dimana menurut Bandura (dalam Kuntjojo, 2021) proses mediasi terdiri dari empat yaitu, Perhatian (*attension*), Retensi (*retention*), Produksi (*production*), dan Motivasi (*motivaton*).

Pertama perhatian (*attension*) yaitu ketika idola hadir dan penggemar akan melakukan pencarian tentang idola dan penggemar mulai memerhatikan setiap aspek dari idola, mulai dari cara berbicara, cara berpakaian, cara berperilaku. Kedua retensi (*retention*) yaitu ketika apa yang telah diamati oleh penggemar tentang idolanya menyimpannya ke dalam memori penggemar. Ketiga produksi (*production*) yaitu pada saat penggemar mulai merealisasikan aspek-aspek idol yang di simpan di dalam memori penggemar manifesasikan ke dalam perilaku penggemar. Keempat motivasi (*motivaton*) yaitu seberapa baik kemampuan penggemar melakukan imitasi terhadap perilaku idola.

Di masa kanak-kanak dan remaja, mengidolakan atau menjadikan selebriti sebagai model adalah hal umum dari pengembangan identitas (Maltby, Houran, & McCutcheon, 2003). ). Namun, kegiatan pemujaan idola di dalam fandom kini mencakup interaksi parasosial antara penggemar dan idola. Dengan adanya ekspansi internet dan ponsel ke hampir setiap aspek kehidupan konsumen media

telah menciptakan banyak cara baru bagi penggemar dan idola untuk berhubungan. Selebriti sekarang menggunakan *situs web*, *twitter*, *blog*, dan media sosial lainnya untuk membuat gambar mereka, membangun komunitas penggemar mereka, dan berkomunikasi langsung dengan penggemar mereka (Click dkk., 2015).

Konten yang diposting idola dimedia sosial, termasuk blog, situs web resmi, dan akun pribadi idola banyak terkait dengan kehidupan pribadi ataupun kegiatan keartisan mereka. Penggemar yang selalu ingin tahu tentang selebritas mereka pasti akan mendapatkan keuntungan dengan lebih mengenal idola mereka. Fans mendapat kesan bahwa mereka tahu apa yang dilakukan selebriti, dimana mereka berada, siapa teman terdekat mereka, dan siapa yang paling penting dalam hidup mereka berkat postingan ini, yang terus diperbarui oleh selebriti. Internet memeberikan penggemar kesempatan untuk lebih sering mengekspos media tentang idola mereka. Fans mungkin merasa lebih terhubung dengan sang idola karena hal ini.

Perusahaan manajemen hiburan juga berperan aktif dalam membentuk interaksi parasosial untuk menumbuhkan hubungan parasosial afektif yang nyata dan bertahan lama antara penggemar dan idola. Perusahaan manajemen selanjutnya memfasilitasi hubungan afektif melalui pengorganisasian pertemuan penggemar dan keterlibatan media sosial dan dengan memungkinkan akses kamera video di belakang layar ke kehidupan sehari-hari sang idola. Rasa kekerabatan parasosial dengan berbagai kelompok penggemar yang difasilitasi oleh perusahaan produksi atau dijalankan secara mandiri oleh kelompok

penggemar spontan. Kelompok tersebut bertemu secara offline dalam konser dan bertemu melalui situs penggemar online, ruang obrolan, dan berbagai bentuk jaringan berita sosial (Elliot, 2018).

Interaksi parasosial yang dilakukan dalam fandom tersebut di sebut dengan *celebrity worship*. Menurut Maltby, Houran, & McCutcheon (2003) mengatakan fenomena *celebrity worship* saat ini dikonseptualisasikan sebagai jenis hubungan parasosial yang abnormal, di dorong oleh unsur-unsur penyerapan dan adiktif dan berpotensi memiliki gejala klinis yang signifikan. Hubungan parasosial merupakan hubungan satu arah yang terjadi karena akibat imajinasi dari seorang penggemar terhadap idolanya (Maltby dkk., 2004)

McCutcheon, Lange, dan Houran (2002) menyatakan bahwa karakteristik *celebrity worshipper* (fans) sebanding dengan kecanduan. Semakin seseorang bergantung pada selebriti, semakin berdedikasi mereka kepada selebriti, dan semakin terlibat mereka dengan idola mereka (*celebrity involvement*).

Obsesi dan kecanduan penggemar untuk mengikuti setiap aspek kehidupan idola mereka ke dalam kehidupan sehari-hari dikenal sebagai pemujaan *celebrity worship* (Maltby et al, 2004). Praktik menonton, mendengar, membaca, dan mencari informasi tentang idola dapat mengakibatkan asosiasi, obsesi, dan identifikasi yang dapat memengaruhi penampilan dan mengarah pada kecocokan. Orang yang mengidolakan selebritas mungkin tidak dapat dipisahkan dari apa pun yang berhubungan dengan idolanya. Menurut Darfiyanti dan Putra (2012),

penggemar akan terus membentuk interaksi parasosial seiring dengan meningkatnya tingkat keterlibatan mereka dengan idola.

Seperti yang terlihat pada hasil wawancara dengan R yaitu remaja berusia 16 tahun yang merupakan seorang anggota fandom ARMY Medan, ia menunjukkan perilaku dimana R menyukai BTS karena tertarik dengan visual member BTS dan mulai mencari informasi-informasi mengenai BTS dan suka mendengarkan lagu-lagu BTS dari era *dynamite*. R juga sering mengikuti gaya *fashion* dari member BTS. Pada tahap ini *celebrity worship* R berada pada tahap yang rendah, dimana individu hanya menjadikan idolanya sebagai hiburan untuk dirinya dan melakukan pencarian aktif mengenai idolanya melalui media sosial.

Selanjutnya, dari hasil wawancara dengan D remaja yang berusia 16 tahun yang merupakan anggota fandom ARMY Medan Borahe, D mengatakan alasan menyukai BTS karena BTS merubah hidupnya menjadi lebih baik yang dulu sedih-sedih sekarang merasa lebih bahagia karna BTS, dan D juga sering melakukan *cover dance* dari lagu-lagu BTS, mengikuti *fashion* yang di gunakan member BTS, D juga membeli album dan photocard BTS dengan menabung uang jajannya, dan D juga sangat aktif dalam kegiatan pengidolaan seperti melakukan vote dengan mati-matian agar bangtan menang D akan merasa sangat senang. Pada tahap ini *celebrity worship* yang dilakukan D pada tahap yang tinggi, dimana seseorang akan bersedia melakukan apapun demi idolanya dan merasa bahwa dirinya memiliki keterikatan khusus dengan idolanya.

Menurut Mc Cutcheon, Lange, & Houran (2002) usia remaja merupakan usia puncak dalam melakukan *celebrity worship* yang kemudian berkurang setelah mencapai usia dewasa awal. Hal ini terjadi dikarenakan orang dewasa awal mereka telah mengembangkan identitasnya, memperoleh otonomi atau kemandirian, dan mengubah minat dan tujuan hidupnya (Shofa, 2017). Orang-orang dewasa awal lebih pintar dalam cara mereka menangani kehidupan mereka dan mendengarkan musik dengan lebih dewasa, tanpa menunjukkan tanda-tanda *celebrity worship* (Raviv dkk., 1996).

Namun, kenyataannya menunjukkan bahwa orang dewasa awal terus memuja selebriti tertentu (Defriyanti & Putra, 2012). Berdasarkan temuan penelitian Widjaja dan Ali (2016) yang mengkaji gambaran pemujaan selebriti di kalangan dewasa awal di Jakarta, diketahui bahwa hampir dua pertiga (165 peserta) dari 250 dewasa muda yang mengikuti penelitian tersebut mengalami *intense personal* dan *pathological borderline*. Sedangkan sepertiga (85 peserta) terlibat dalam *entertainment sosial*. Selain itu dari hasil survey yang dilakukan salah satu media Kumparan (2017) melakukan survey kepada 100 orang penggemar K-Pop. Hasilnya, sekitar 57% dari mereka berada di usia remaja (12-20 tahun), sekitar 42 % fans berusia dewasa awal (21-30 tahun), dan satu persen diantaranya berusia diatas 30 tahun.

Menurut Santrock (2019), sebagian besar tahapan perkembangan seseorang menjadi dewasa melibatkan masa transisi yang signifikan. Transisi ini adalah dari masa remaja ke dewasa, yang juga dikenal sebagai masa dewasa awal dan mengacu pada tumbuh dewasa. Masa dewasa awal, menurut Harlock (2002),

berlangsung sejak seseorang menginjak usia 18 tahun hingga sekitar usia 40 tahun. Selanjutnya menurut model perkembangan Erikson (dalam Upton, 2012) menjelaskan bahwa masa perkembangan masa dewasa awal memasuki tahap *intimacy vs isolation* di mana orang dewasa awal perlu membentuk hubungan dekat dan cinta orang lain. Keberhasilan memunculkan hubungan yang kuat, sedangkan kegagalan menghasilkan kesepian dan kesedihan. Salah satu tugas perkembangan dewasa awal adalah membentuk hubungan personal yang intim yang dikarakteristikan oleh kepercayaan, keterbukaan, kedekatan, komitmen, dan kepedulian.

Menurut Dafriyanti & Putra (2012) semakin banyak keintiman yang dibayangkan terhadap selebriti yang dipujanya, semakin seseorang mencintai atau terlibat dengan idolanya. Tingkat keintiman yang dialami inilah yang menghalangi seseorang untuk memiliki pasangan romantis karena disibukkan dengan idolanya. Proses keintiman yang pernah dirasakan dengan perasaan ketertarikan yang intens terhadap selebriti dalam pengorbanan yang dilakukan oleh seseorang, seperti mengorbankan waktu, pikiran, atau uang dalam berinteraksi dengan idolanya (dalam Boon & Lomore, 2001). Caughey (dalam Boon & Lomore, 2001) menegaskan bahwa investasi semacam ini menumbuhkan rasa partisipasi yang tumbuh dengan idolanya, yang mengarah pada peningkatan pengorbanan yang dilakukan dan seiring waktu, gagasan bahwa dia memiliki hubungan dan kedekatan yang unik dengan idolanya.

Menurut Shofa (2017) mereka yang masih memuja selebriti di awal masa dewasanya melakukannya karena kesepian yang disebabkan oleh kurangnya

keintiman. Motivasi seseorang untuk pemujaan selebriti, menurut Hollander (dalam Brooks, 2018) adalah untuk mengidentifikasi dengan seseorang yang memiliki atribut identitas yang tidak ada atau kurang dalam kehidupannya sendiri, seperti kepedulian terhadap status sosialnya dan ketidakpastian tentang apa yang pribadi, kualitas membuat mereka layak dikagumi. keinginan untuk menemukan makna dalam hidup yang dapat tercermin dalam kehidupan orang lain, dan isolasi yang dihasilkan dari keinginan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan sebelum melakukan penelitian dengan mewawancarai salah satu anggota fandom ARMY Medan borahe yang berinisial A yang berusia 24 tahun yang telah menjadi ARMY sejak 2019, berikut adalah hasil wawancara peneliti dengan A:

*“Awal mula itu fyp tiktok, ini karna waktu itu ada dance challenge gitu kan lagu boy withluv kok enak gitu pas aku search di Youtube loh ternyata boyband korea yang nyanyiin aku pikir orang barat gitu kan, nah terus ditambah temen aku juga ngeracuni nih, disuruh lah download mv nya mereka kan dari situ aku cari tau semuanya deh. Ga munafik ya, pertama kali liat taehyung kek cakep banget ni cowok gitu, ibaratkan jatuh cinta pandangan pertama. Terus kan aku ini orangnya kalo udah suka ya di cari tau kan gimana dia. Nah aku cari-cari kan, ternyata tae itu dari keluarga petani yang bisa dibilang dia juga masuk ke bts itu jalur nemenin temen kan dan aku cari tau lagi ternyata dia sama jimin tuh sahabatan dari sekolah juga. Dia juga suka banget sama anak kecil ini yang aku paling suka dari dia, tingkah randomnya yang sekali buat tingkah pasti bawaanya ngakak terus. Itu sih Dan ya dia juga defenisi good boy sih dan friendship dia sama jimin yang aku paling suka kek sahabatannya awet banget.” (30 Agustus 2022)*

Pada tahap ini *celebrity worship* A berada pada tahap yang rendah, dimana individu menjadikan idolanya sebagai hiburan untuk dirinya dan melakukan pencarian aktif mengenai idolanya melalui media sosial. Selain itu hal yang sama

juga terjadi kepada D seorang ibu rumah tangga berusia 31 tahun yang juga tergabung dalam fandom ARMY Medan borahe, berikut hasil wawancara peneliti dengan D:

*“Tau bangtan itu mulai tahun 2018. Awalnya karna nonton drakor, karena kakak pecinta drakor dari zaman SMA, terus pas nonton drama hwarang disitu kan salah satu pemainnya member bts, nah cari taulah dia siapa, karna suka aja liat dia di drama itu, cari-cari tau ternyata dia member bts, yaudah deh jadi ngikutin bts sampai sekarang. Mulai ngikutin, eh rupanya lagunya enak-enak. Dan gak dipungkirin karena taehyung cakep, terus suka sama kepribadiannya juga. Anaknya kadang gemesin.” (30 Agustus 2022)*

Tak hanya itu D juga aktif dalam kegiatan di fandom ARMY Medan, D juga menjadi salah satu panitia event di fandom ARMY medan. D juga aktif dalam mengoleksi merchandise BTS seperti album, lightstick, photocard, dll. Sejalan dengan itu menurut Raviv dkk., (1996) *celebrity worship* mengacu pada kekaguman dan penghormatan yang luar biasa dari seorang idola. Hal ini dapat diekspresikan dalam perilaku seperti aktif mengumpulkan informasi dan *merchandise* yang berkaitan dengan idola atau mencoba untuk bertemu dengannya secara pribadi.

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Gambaran *Celebrity Worship* Pada Remaja dan Dewasa Awal di Fandom ARMY Medan”.

### **A. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan. Adapun beberapa permasalahan yang diidentifikasi yaitu tingginya

tingkat kecintaan penggemar terhadap idolanya di fandom ARMY medan, di mana terdapat anggota fandom ARMY Medan melakukan pencarian aktif mengenai informasi BTS, membeli produk yang di promosikan maupun yang digunakan BTS, meniru BTS baik dari pakaian dan perilaku member BTS, dan para anggota fandom ARMY Medan merasa memiliki hubungan yang spesial dengan member BTS. Hal ini menggambarkan bahwa para anggota di fandom ARMY Medan menunjukkan tanda telah masuk ke *celebrity worship*.

Menurut temuan dalam observasi dan wawancara banyak anggota ARMY Medan yang masih memuja selebriti di usia dewasa awal padahal seharusnya di usia tersebut seharusnya orang sudah bisa menjalin kedekatan atau hubungan intim dengan lawan jenis, namun ternyata pada usia tersebut mereka masih melakukan pemujaan terhadap selebriti.

### **B. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, maka peneliti membatasi masalah terkait *celebrity worship* pada remaja dan dewasa awal di fandom ARMY Medan. Penelitian ini dilakukan pada anggota fandom ARMY medan yang berusia 15-40 tahun. Dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana gambaran *celebrity worship* pada remaja dan dewasa awal di fandom ARMY Medan?

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

Berdasarkan adanya permasalahan yang dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana gambaran *celebrity worship* pada remaja dan dewasa awal di fandom *ARMY* Medan.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini nantinya akan bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis.

##### **1. Manfaat teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan menambah khasanah ilmu pengetahuan yang membahas mengenai *celebrity worship*, serta psikologi perkembangan pada umumnya. Memberikan informasi baru mengenai esesnsi *celebrity worship* pada remaja dan dewasa awal.

##### **2. Manfaat praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan acuan bagi orang tua yang memiliki anak pengagum idola agar dapat membatasi anak untuk tidak terobsesi dengan idolanya. Selain menjadi panduan bagi para orang tua, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang pemujaan selebriti dan pengaruhnya terhadap dewasa awal dan remaja.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. *Celebrity Worship*

##### 1. Pengertian *Celebrity Worship*

Maltby, Houran, & McCutcheon (2003) mengatakan fenomena *celebrity worship* saat ini dikonseptualisasikan sebagai jenis hubungan parasosial yang abnormal, di dorong oleh unsur-unsur penyerapan dan adiktif dan berpotensi memiliki gejala klinis yang signifikan. Pemujaan terhadap selebriti, sebagai idola atau panutan, adalah bagian normal dari perkembangan identitas pada masa kanak-kanak dan remaja. Namun, parasosial ini bisa menjadi fenomena abnormal dimana individu menjadi hampir terobsesi dengan satu atau lebih selebriti. Hubungan parasosial merupakan hubungan satu arah yang terjadi karena akibat imajinasi dari seorang penggemar terhadap idolanya (Maltby dkk., 2004)

Mc Cutcheon, Lange, & Houran (2002) mendefinisikan *celebrity worship* dengan model *absorption-addiction*. Dimana *absorption* dapat dijelaskan seperti mudahnya penggemar untuk memberikan perhatian penuh kepada idolanya. Semakin penggemar mencari informasi tentang idolanya maka penggemar semakin yakin bahwa ia dan idolanya memiliki hubungan yang spesial. Sedangkan *addiction*, secara sederhana dapat dijelaskan bahwa kemungkinan individu untuk memberi toleransi kepada perilaku mereka demi memuaskan keinginan mereka di posisi *absorption*.

Fromm (dalam Liu, 2013) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai kekaguman yang berlebihan seseorang hingga merasa memiliki ikatan terhadap selebritis yang diidolaknya, yang mana atribut pribadinya terlalu diletakkan dan diidealkan. Menurut Raviv (1996) pemujaan merupakan bentuk penghormatan dan kekaguman yang tidak biasa dan berlebihan terhadap idola.

McCutcheon dkk., (2002) mengungkapkan bahwa *celebrity worship* sebagai jenis keterlibatan penggemar yang terjadi ketika individu menjadi terobsesi dengan satu atau lebih selebriti, mirip dengan jenis gangguan delusi erotomania. Sejalan dengan itu menurut Cheng (dalam Yue & Cheung, 2019) *celebrity worship* yang ekstrim menampilkan gejala obsesi-komplusif dan bahkan delusi dimana para penggemar sangat termotivasi untuk mempelajari dan mencapai kedekatan dengan selebriti yang dikagumi.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan *celebrity worship* adalah kekaguman fans terhadap idol secara berlebihan sehingga menjadi perilaku obsesif adiktif yang membuat fans tidak bisa lepas dari idolnya yang menyebabkan hubungan parasosial.

## 2. Dimensi *Celebrity Worship*

Menurut Maltby dkk., (2006) dimensi *celebrity worship* dapat dibagi menjadi tiga tahapan yaitu :

### a. Hiburan Sosial atau *Entertainment Social*

Hiburan sosial atau *entertainment social* yaitu tahapan terendah dalam *celebrity worship*. Pada tahap ini, penggemar memiliki motivasi

yang mendasari pencarian aktif terhadap selebriti atau idola yang disukai. Pada tipe ini Maltby, Houran, & McCutcheon (2003) mencirikan perilaku penggemar terhadap idola, sebagai berikut:

1. Penggemar merasa tertarik untuk mendapatkan informasi lebih banyak mengenai idolanya. Penggemar K-Pop mencari informasi mengenai idola yang disukainya melalui media sosial seperti *twitter*, *facebook*, *instagram* ataupun melalui media cetak seperti majalah remaja.
2. Penggemar senang membicarakan idola mereka kepada teman-temannya, terutama jika teman-temannya juga penggemar K-Pop. Sesama penggemar K-Pop akan selalu membicarakan mengenai album sampai berita terbaru mengenai idolanya.
3. Penggemar K-Pop akan saling bertukar informasi kepada teman-temannya. Sesama penggemar K-Pop suka berbagi atau tukar-menukar film, lagu, dan drama yang mereka download. Tidak hanya itu, penggemar K-Pop juga akan membuat suatu kelompok atau fandom di media sosial.
4. Penggemar K-Pop merasa tertarik untuk melihat penampilan dari idola yang mereka sukai. Penggemar juga akan tetap menonton penampilan dari idolanya walaupun itu tayangan ulang.

b. Perasaan Pribadi yang Intens atau *Intense Personal Feeling*

Perasaan pribadi yang intens atau *intense personal feeling* yaitu tahapan kedua dalam *celebrity worship*. Pada tahap ini, penggemar memiliki perasaan intensif dan kompulsif terhadap segala hal yang berhubungan dengan selebriti atau idola yang disukai. Pada tahap ini Maltby, Houran, & McCutcheon (2003) mencirikan perilaku fans terhadap idola, sebagai berikut:

1. Empati

Setiap penggemar yang sudah memiliki rasa empati terhadap idolanya biasanya mampu untuk merasakan apa yang dirasakan oleh idola mereka, bahkan bisa lebih dalam dibandingkan dengan perasaan sang idola tersebut. Contohnya, ketika idola yang disukai mengalami kecelakaan, maka penggemar akan ikut merasakan kesedihan dan menangis bahkan sampai mendatangi rumah sakit tempat idola tersebut dirawat.

2. Imitasi

Penggemar akan berusaha untuk meniru mulai dari segi penampilan sampai cara berbicara dari sang idola. Contohnya, penggemar ikut mengubah gaya rambut sehingga terlihat mirip dengan idola yang disukai.

c. *Borderline-pathological Tendency* (Patologis)

*Borderline-pathological Tendency* (Patologis) merupakan tahapan paling parah dari *celebrity worship*. Pada tahap ini, penggemar memiliki

sikap seperti kesediaan melakukan apapun demi selebriti atau idola yang disukai meskipun perilaku tersebut melanggar hukum. Menurut Maltby (2006), tipe ini ditandai dengan ciri-ciri perilaku fans terhadap idola sebagai berikut:

1. Penggemar memiliki perilaku dan fantasi tidak terkontrol terhadap idola yang disukai. Penggemar juga kerap berkhayal bahwa idolanya sebagai pacar atau suami.
2. Penggemar kerap berperilaku obsesif terhadap idolanya. Penggemar menganggap idolanya adalah miliknya dan tidak ada yang bisa merebut idola tersebut darinya.
3. Penggemar menjadi histeris apabila melihat ataupun mendengar nama idolanya. Penggemar ini akan kehilangan kendali akan dirinya jika melihat idola tersebut secara langsung atau bahkan hanya dengan mendengar nama sang idola bisa membuatnya menjerit histeris.

Selanjutnya penelitian Maltby dkk., (2004) menemukan bukti bahwa tiga tahapan *celebrity worship* sejalan dengan tipe kepribadian Eysenck, yaitu ekstraversi, neurositisisme dan psikotisme, antara lain:

- a. Tahap *Entertainment-Sosial* mencerminkan dimensi kepribadian ekstraversi seperti sosiabel, aktif, lincah, dan berani.
- b. Tahap *Intense-Personal-Feeling* mencerminkan dimensi kepribadian neurotisme seperti tekanan, emosional, cemas, dan moody.

- c. Tahap *Borderline-Phatological-Tendency* mencerminkan dimensi kepribadian psikotisme seperti implusif, anti sosial, dan egosentris.

Sedangkan menurut Yue dan Cheung (2019) dimensi *celebrity worship* terbagi menjadi empat yaitu sebagai berikut.

a. *Identification-emulation*

Fans mengalami pertumbuhan pribadi dengan mengidentifikasi idola untuk belajar meniru dan untuk mengidentifikasi diri mereka sebagai unik, mandiri, dan terpisah idola. Dengan demikian idola adalah panutan yang inspiratif

b. *Attachment-romanticization*

Fans merasa dekat seolah-olah idola itu adalah teman atau anggota keluarga yang kuat, ramah, dan protektif. Keterikatan itu mungkin ilusi, kegilaan yang difantasikan di mana para penggemar membayangkan bahwa mereka dan sang idola adalah perpanjangan yang saling terjerat satu sama lain. Pemuja kemudian kehilangan rasa dirinya.

c. *Idealization-mystification*

Idola itu dianggap memiliki kekuatan dan kemahakuasaan seperti dewa. Idealisasi paling sering dimanifestasikan dalam pemujaan agama di mana idola adalah tuannya dan pemuja adalah budak yang hormat dan tidak perlu dipertanyakan lagi. Jadi, internalisasi tidak mungkin terjadi.

d. *Consumption-commitment*

Industri kapitalis, pasar, hiburan, dan media kini mendorong obsesi penggemar untuk mengomodifikasi pemujaan selebriti. Idola bukan lagi seseorang dan menjadi objek fetisisme dan konsumsi.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan secara keseluruhan dimensi *celebrity worship* terdiri dari tiga tahap yang dikemukakan Maltby dkk., (2006) yaitu Hiburan Sosial atau *Entertainment Social*, Perasaan Pribadi yang Intens atau *Intense Personal Feeling*, dan *Borderline-pathological Tendency* (Patologis).  
Diuraikan sebagai berikut: fans tertarik untuk mendapatkan informasi lebih banyak mengenai idolanya, fans senang membicarakan idola kepada teman-temannya, saling bertukar informasi mengenai idolanya, fans merasa tertarik untuk melihat lagi penampilan dari sang idola, empati, imitasi, fans memiliki perilaku dan fantasi tidak terkontrol terhadap idolanya, fans berperilaku obsesif terhadap idolanya dan fans kerap histeris jika melihat ataupun mendengar nama idolanya.

### 3. Dampak *Celebrity Worship* Terhadap Penggemar

Berikut adalah dampak positif yang muncul di kalangan penggemar:

- a. Idola dijadikan sebagai inspirasi bagi penggemar dalam meraih keinginan ataupun meraih mimpi dan mengembangkan kreatifitas, menjadikan individu untuk meniru kedisiplinan idola mereka dalam melakukan pekerjaan serta membuat penggemar meniru gaya hidup positif para selebriti (Maltby dkk., 2013).

- b. Kekaguman yang dirasakan terhadap idola merupakan hal yang normal dan merupakan bagian dari perkembangan identitas diri seseorang. Sosok idola dijadikan sebagai model untuk kemudian diidentifikasi karena dinilai sebagai sosok yang memiliki kemampuan (Maltby dkk., 2006).

Selain itu, ada beberapa dampak negatif yang dapat di timbulkan oleh *celebrity worship* sebagai berikut:

- a. *Celebrity worship syndrome* memiliki hubungan dengan ketergantungan (*addiction*) dan kriminalitas. Kata kriminalitas merujuk pada perilaku *sasaeng fans*, adalah adalah penggemar yang tidak ragu untuk menguntit kehidupan pribadi idola yang mereka sukai. Perilaku saesang fans ini biasanya mengikuti kemanapun sang idola pergi. Sehingga membuat para idola merasa risih dan terganggu dengan ulah saesang fans tersebut (Sheridan dkk., 2007)
- b. Kegemaran terhadap idola membuat para fans menghabiskan banyak waktu dan materi. Penggemar kerap menghabiskan waktu berjam-jam didepan komputer supaya tidak tertinggal berita mengenai idolanya. Penggemar juga rela menyisihkan uang jajan atau tabungan untuk membeli barang-barang yang berhubungan dengan selebriti idolanya. Bahkan rela menguras tabungan untuk membeli tiket konser (Nasution, 2018).
- c. Menurut CQ (dalam Sunarni, 2015), menyatakan bahwa idola telah memberikan pengaruh buruk di antaranya seperti memunculkan

adanya pandangan kebahagiaan berasal dari uang, popularitas dan kecantikan.

- d. Rendahnya harga diri remaja (Frederika, 2015).
- e. Individu akan memiliki tingkat *body image* yang rendah apabila tingkat *celebrity worship* pada individu tersebut tinggi (Maltby, 2005).
- f. *Celebrity worship* menyebabkan kinerja kerja dan kinerja belajar rendah (Sheridan, 2007).

Berdasarkan uraian di atas maka dampak *celebrity worship* dibedakan menjadi dua yaitu dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif bagi fans adalah idola dijadikan sebagai inspirasi bagi penggemar dalam meraih keinginan ataupun meraih mimpi dan mengembangkan kreatifitas, menjadikan individu untuk meniru kedisiplinan idola mereka dalam melakukan pekerjaan serta membuat penggemar meniru gaya hidup positif para selebriti, dan sosok idola dijadikan sebagai model untuk kemudian diidentifikasi karena dinilai sebagai sosok yang memiliki kemampuan. Sedangkan dampak negatifnya bagi fans adalah ketergantungan (*addiction*) dan kriminalitas, menjadikan penggemar kurang percaya diri terhadap dirinya, mengidentifikasi idolanya, juga menghabiskan banyak waktu dan materi dan memunculkan adanya pandangan kebahagiaan berasal dari uang, popularitas dan kecantikan, membuat rendah harga diri remaja, individu akan memiliki tingkat *body image* yang rendah apabila tingkat *celebrity worship* pada individu tersebut tinggi, dan *celebrity worship* menyebabkan kinerja kerja dan kinerja belajar rendah.

#### 4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Celebrity Worship*

Berikut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi *celebrity worship* adalah sebagai berikut:

a. Umur

Puncak *celebrity worship* berada diantara umur 11 tahun hingga 17 tahun dan semakin berkurang setelah umur tersebut (Mc Cutcheon, Lange, & Houran, 2002).

b. Pendidikan

*Celebrity worship* biasanya dilakukan oleh orang-orang dengan tingkat intelegensi rendah. Orang-orang yang tingkat intelegensi yang tinggi bisa melihat melalui “kepribadian yang di kagumi”. Atau orang-orang yang intelegensinya tinggi melihat bahwa idola kurang cerdas dibandingkan diri mereka, dan karena itu mereka lebih sedikit mengaguminya (Mc Cutcheon, Lange, & Houran, 2002).

c. Keterampilan Sosial

Orang-orang dengan keterampilan sosial yang buruk melihat bahwa *celebrity worship* merupakan pengisi kekosongan yang terjadi dalam hubungan yang nyata (Mc Cutcheon, Lange, & Houran, 2002).

d. Jenis Kelamin

Laki-laki menyukai idola dalam bidang olahraga, sedangkan perempuan cenderung menyukai idola dari dunia hiburan.

Namun, perempuan tidak lebih memungkinkan menganggap perilaku menyukai idola sebagai suatu yang intens dibandingkan laki-laki (Mc Cutcheon, Lange, & Houran, 2002).

e. Ras/etnis

Orang kulit hitam di Amerika lebih mungkin menyukai idola kulit hitam dibandingkan dengan idola kulit putih begitu juga sebaliknya orang kulit putih amerika lebih cenderung untuk menyukai idola kulit putih dibandingkan idola kulit hitam (Mc Cutcheon ddk, 2016).

f. Teman sebaya

Remaja yang masih membentuk identitas individu mereka dan di sisi lain, mereka menjadi anggota kelompok sebaya yang memberikan pengaruh signifikan dalam kehidupan mereka. Jadi, sementara mereka dengan penuh semangat membedakan diri mereka dari orang dewasa, memperkuat budaya remaja mereka sendiri, mereka juga mengikuti rekan-rekan mereka secara ketat agar tidak berbeda dari budaya alternatif itu. Dalam budaya ini idola muncul dan cara-cara pemujaan ditetapkan. (Raviv dkk., 1996)

g. *Body image*

Seseorang yang memiliki citra tubuh yang buruk akan memiliki obsesi terhadap selebriti yang memiliki bentuk tubuh yang bagus dan ideal (Aruguete ddk., 2014).

#### h. Religiusitas

Terdapat hubungan negatif antara religiusitas dan *celebrity worship*. Seseorang yang memiliki religiusitas yang tinggi cenderung mengabaikan selebriti untuk dapat dipuja, karena adanya perintah agama yang melarang untuk menyembah sesuatu selain Tuhan. Oleh karena itu, individu yang memiliki religiusitas yang tinggi cenderung mengalami *celebrity worship* yang rendah (Maltby, 2004).

#### i. Parental Absence

Terdapat hubungan positif antara ketiadaan orang tua terhadap *celebrity worship*. Figure seorang selebriti di jadikan sebagai pengganti atau kompensasi atas ketidakhadiran orang tua pada remaja (Cheung & Yue, 2012)

#### j. Media

Beberapa media massa sering menampilkan idola baik berupa gambar maupun audio dan visual. Hal tersebut menyebabkan *celebrity worship* muncul di karenakan kekaguman terhadap kesuksesan iklan komersial dan hedonis idola, yang dibentuk (paling tidak sebagian) oleh kekuatan *market* dan media sosial (Yue & Cheung, 2003).

Stever (dalam Sukmana, 2015) menjelaskan tiga faktor utama yang mempengaruhi fans menyukai idolanya, yaitu:

- a. *Task attraction*, merupakan ketertarikan berdasarkan talenta dan kemampuan yang dimiliki idola.

- b. *Identification attraction*, merupakan ketertarikan untuk menjadi idola. Dapat juga pemikiran bahwa idola mirip seperti dirinya.
- c. *Romantic attraction*, merupakan ketertarikan fans untuk ingin memiliki hubungan lebih dengan idola. Hal tersebut mengacu pada keinginan untuk terjalin hubungan menikah, berpacaran atau bersahabat dengan idola.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi *celebrity worship* yaitu jenis kelamin, usia, keterampilan sosial, ras etnis, teman sebaya, *body image*, religiusitas, *parental absence*, dan media. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang menyukai idola adalah *task interaction*, *identifikation attraction*, dan *romantic attraction*.

## B. BTS Dan Fandom ARMY

### 1. Pengertian BTS

BTS akronim dari Bangtan Boys (방탄소년단) atau “*Beyond the Scene*” adalah boy band asal Korea Selatan bentukan Big Hit Entertainment yang dinominasikan *Grammy* yang telah merebut hati jutaan penggemar secara global sejak debutnya pada Juni 2013. Anggota BTS adalah RM, Jin, SUGA, j-hope, Jimin, V, dan Jung Kook. Mendapatkan pengakuan atas musik mereka yang otentik dan diproduksi sendiri, penampilan terbaik, dan cara mereka berinteraksi dengan penggemar mereka (BigHitMusic, 2022).

BTS telah memantapkan diri mereka sebagai “Ikon Pop abad ke-21” yang memecahkan rekor dunia yang takterhitung jumlahnya. Sambil memberikan pengaruh positif melalui kampanye *LOVE MYSELF* dan pidato “*Speak Yourself*” PBB, grup ini telah mengerahkan jutaan penggemar di dunia (bernama ARMY), mengumpulkan empat lagu No. 1 dalam rentang waktu 9 bulan, menampilkan beberapa pertunjukan stadion yang terjual habis di seluruh dunia, dan dinobatkan sebagai *TIME’s Entertainer of the Year 2020*. BTS telah dinominasikan untuk penampilan *Duo/Group Performance for the 63rd Grammy Awards* dan diakui dengan berbagai penghargaan bergengsi seperti *Billboard Music Awards*, *American Music Awards*, dan *MTV Video Music Awards* (BigHitMusic, 2022).

## 2. Pengertian Fandom ARMY

Fandom berasal dari kata *Fan* dan *Kingdom* yang berarti kerajaan penggemar. *Fan* adalah singkatan dari kata *fanatic* yang diambil dari bahasa latin *fanaticus*. Kata *fanaticus* berarti memiliki kuil, pelayan kuil, seorang penggemar. Namun pengertian tersebut kemudian mendapat konotasi negatif yaitu, terinspirasi dari upacara pesta pora dan antusiasme yang gila-gilaan.

Fandom adalah konsep untuk menyebut kumpulan orang yang menggemari sesuatu hal yang sama. Fenomena fandom muncul sebagian besar diakibatkan oleh lahirnya budaya pop. Produk-produk yang dihasilkan oleh budaya pop ini kemudian menciptakan penggemar yang biasanya loyal sehingga ketika mereka berkumpul maka terbentuklah fandom (Utami dalam Sukendro dkk., 2022).

Menurut Dults dkk., (2010) fandom umumnya dikaitkan dengan remaja dan anak muda, terutama perempuan, yang fanatik dengan musisi atau aktor muda tertentu. Secara khusus berfokus pada dinamika dewasa muda mengeksplorasi seksualitas dan identitas seseorang melalui fantasi.

Fandom K-pop difasilitasi oleh konvergensi media dan konsumsi partisipatif. Teknologi digital dan komunikasi online mempermudah akses penggemar tidak hanya ke teks budaya, namun juga untuk informasi terkini tentang teks-teks tersebut, dan membantu mereka untuk berpartisipasi dalam komunitas di mana berbagai aktivitas penggemar online dan offline dilakukan (Dults dkk., 2016).

Masing-masing fandom K-Pop memiliki nama-nama yang berbeda yang di beri nama langsung oleh selebriti. ARMY (*Adorable Representative MC For Youth*) adalah nama fandom penggemar BTS yang diumumkan pada tahun 2013. ARMY sebagai fandom resmi BTS merupakan fandom yang sangat aktif dalam dunia maya dan nyata. Mereka bahkan memenangkan beberapa penghargaan, salah satunya "*Fandom Choice*" Di *Teen Choice Awards* 2018 mengalahkan penggemar artis internasional besar seperti Taylor Swift, Fifth Harmony, One Direction, dan CNCO (Jeanette & Paramita, 2018).

Menurut Jeanette & Paramita (2018) hubungan antara BTS dan ARMY dikenal sangat dekat dan berbeda dengan hubungan idola dan penggemar grup lain. BTS memperlakukan penggemarnya dengan sangat spesial dan selalu berusaha menciptakan hubungan yang dekat melalui media sosial. BTS bahkan

menciptakan beberapa lagu yang didedikasikan khusus untuk ARMY seperti *Spring Day*, *2!3!*, dan *Magic Shop*.

Selanjutnya ARMY juga dikenal fandom yang sangat aktif dimedia sosial salah satu hasil kehiatan media sosial yang dilakukan ARMY adalah ketika BTS masuk nominasi *Top Social Media Artist* dalam BBMAs 2017, para ARMY mendukung mereka dan berhasil mengumpulkan lebih dari 213 juta *tweets*. MV “Idol” milik BTS bahkan mengalahkan rekor yang dipegang oleh Taylor Swift karena berhasil mencapai 45 juta penayangan di Youtube hanya dalam waktu 24 jam sejak perilisannya (Jeanette & Paramita, 2018).

Menurut Fauziah (2015) aktivitas fandom dalam media sosial berupa:

a. Penggemar sebagai penerima dan pencari informasi

Aktivitas fans menggunakan media sosial adalah untuk mengetahui informasi apa saja mengenai idolanya. Fans akan mengetahui kabar, event, dan kegiatan apa saja yang dilakukan oleh idolanya. Penggemar sebagai penerima informasi ketika mencari informasi penggemar melakukan komunikasi secara terbuka dan lebih personal. Penggemar bisa bebas mengungkapkan emosinya kepada hal-hal yang berhubungan dengan idolanya maupun fandom-nya. Penggemar tidak segan-segan mengeluhkan, menyindir, dan sebagainya pada pihak-pihak yang mengganggu fandom dan idolanya.

b. Penggemar sebagai sumber informasi

Karena tidak ada pembatasan peran, maka fans dapat dengan mudah berkomunikasi dengan penggemar lainnya dan berpartisipasi dalam

kegiatan *fangirling*. Selain akun *official* idola dan *fanbase*, fans secara pribadi juga menjadi sumber informasi bagi fans lainnya. Fans bisa menjadi sumber informasi bagi fandom dengan menyebarkan informasi mengenai kegiatan idola di realita dan di dunia maya. Fans akan berbagi informasi melalui media sosialnya. Akun yang menyebarkan informasi disebut *fanaccount*, gambar atau foto yang dibagikan disebut *fantaken*, video yang dibagikan disebut *fancam*.

#### c. Identitas Virtual

Akun pribadi di media sosial lazimnya digunakan untuk komunikasi dengan teman yang ada di dunia maya dan dunia nyata. Para fans biasanya akan menggunakan akun pribadinya untuk melakukan *fangirling*. Akun pribadi ini ditandai dengan foto yang menunjukkan diri sendiri dan biografi sebenarnya, namun ada juga yang mencantumkan embel-embel fandom seperti nama fandom, foto bias, nama bias, dan lainnya. Melalui akun khusus *fangirling*, fans akan menggunakan nama idolanya atau fandom sebagai bagian dari *username*.

#### d. Interaksi dengan Idola

Melalui media sosial, fans dapat melakukan interaksi dengan idolanya dan sesama fans. Fans bisa bebas memanggil atau berinteraksi dengan idolanya, dan bisa langsung mengekspresikan emosinya kepada idolanya. Fandom akan terus menerus berusaha untuk dekat atau membangun hubungan dengan idolanya.

e. Interaksi sesama fans

Dalam interaksi dengan sesama fans, hal yang paling sering dibicarakan yaitu tentang kegiatan idola, membicarakan gossip atau rumor, tiket konser hingga tentang fandom itu sendiri. Dalam budaya penggemar menurut Gooch, penggemar memiliki bahasa mereka sendiri yang disebut *fanspeak*, di mana kata-kata dan frase telah disesuaikan dengan menciptakan jargon yang hanya sepenuhnya dipahami oleh penggemar lainnya.

f. *Fan Project*

Dalam menggunakan media sosial, fandom juga sering menciptakan trending topik. Fans membuat proyek dalam rangka mendukung idolanya dan mengukuhkan eksistensi fandom tersebut. Fan proyek diurus oleh fanbase dan informasi proyek-proyek ini biasanya dibagikan melalui media sosial.

g. *Fan Art dan Fan Edit*

Fans biasanya membuat fan art dan foto edit dengan *caption* yang penuh humor. Melalui fan art dan foto edit, fans mencoba menyangkan imajinasinya. Foto-foto tersebut berasal dari *capture* video atau *fantaken* yang diedit dan ditambah dengan tulisan. Karya yang dihasilkan mampu menyenangkan perasaan pembuatnya atau pun fans lainnya. Fans kerap berkarya dengan idola sebagai objeknya. Mereka akan merasa puas jika karya mereka dilihat oleh fans lain dan disukai.

## C. Remaja

### 1. Pengertian Remaja

Istilah *adolescence* atau remaja berasal dari bahasa latin (*adolescence*) yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa”. Istilah *adolescence* mempunyai arti yang lebih luas mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. Pandangan ini diungkapkan oleh Piaget bahwa secara psikologis, masa remaja adalah usia ketika individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia ketika anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua tetapi berada pada tingkat yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak (Hurlock, 2002).

Santrock (2012) mengatakan masa remaja adalah masa transisi dalam rentang kehidupan manusia, yang menjembatani masa kanak-kanak dengan masa dewasa, yang melibatkan perubahan-perubahan biologis, kognitif, dan emosional.

Piaget (dalam Ali & Astori, 2004) mengatakan bahwa secara psikologis, remaja adalah suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, di suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama atau paling tidak sejajar. Remaja sebetulnya tidak mempunyai tempat yang jelas. Mereka tidak tergolong anak-anak, tetapi belum juga dapat diterima secara penuh untuk masuk ke golongan dewasa. Remaja berada di antara anak-anak dan orang dewasa. Oleh karena itu remaja, seringkali dikenal dengan fase “mencari jati diri”. Sesuai

dengan yang di kemukakan oleh Erickson (dalam Santrock, 2012) bahwa masa remaja adalah masa terjadinya krisis identitas atau pencarian identitas diri.

Menurut Stanley Hall (dalam Santrock, 2012) usia remaja antara 12 sampai 23 tahun. Sedangkan menurut Hurlock (2002) tahap perkembangannya masa remaja dibagi dalam tiga tahap, yaitu:

1. Masa Remaja Awal (12-15 tahun)
  - a. Lebih dekat dengan teman sebaya.
  - b. Ingin bebas.
  - c. Lebih banyak memperhatikan keadaan tubuhnya dan mulai berpikir abstrak.
2. Masa Remaja Tengah (15-18 tahun)
  - a. Mencari identitas diri.
  - b. Timbulnya keinginan untuk kencan.
  - c. Mempunyai rasa cinta yang mendalam.
  - d. Mengembangkan kemampuan berpikir abstrak.
  - e. Berkhayal tentang aktivitas seks.
3. Masa Remaja Akhir (18-21 tahun)
  - a. Pengungkapan identitas diri.
  - b. Lebih selektif mencari teman sebaya.
  - c. Mempunyai citra jasmani dirinya
  - d. Dapat mewujudkan rasa cinta.
  - e. Mampu berpikir abstrak.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan remaja adalah periode transisi dari masa kanak-kanak menuju menuju dewasa, dimana melibatkan perubahan psikologis, emosiaonal, kognitif, fisik dan social, serta dimana remaja berada di dalam fase mencari identitas diri.

## 2. Ciri-ciri Masa Remaja

Menurut Hurlock (2002) masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakannya dengan periode sebelum dan sesudahnya. Ciri-cirinya sebagai berikut.

### a. Masa remaja sebagai periode yang penting

Pada masa remaja, baik langsung maupun akibat jangka panjang tetap penting. Ada periode yang penting karena akibat fisik dan ada lagi karena akibat psikologis. Pada periode remaja kedua-duanya sama-sama penting.

### b. Masa remaja sebagai periode peralihan

Peralihan tidak berarti terputus atau berubah dari apa yang telah terjadi sebelumnya, melainkan sebuah peralihan dari suatu tahap perkembangan ke tahap berikutnya. Artinya, apa yang telah terjadi sebelumnya akan meninggalkan bekasnya pada apa yang terjadi sekarang dan yang akan datang.

### c. Masa remaja sebagai periode perubahan

Tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat perubahan fisik selama awal masa remaja. Ketika perubahan fisik terjadi dengan pesat, perubahan

perilaku dan sikap juga berlangsung dengan pesat. Kalau perubahan fisik menurun, maka perubahan sikap dan perilaku menurun juga.

d. Masa remaja sebagai usia bermasalah

Setiap periode mempunyai masalahnya sendiri-sendiri, namun masalah masa remaja sering menjadi masalah yang sulit diatasi oleh anak laki-laki maupun anak perempuan. Terdapat dua alasan bagi kesulitan ini. Pertama, sepanjang masa kanak-kanak, masalah anak-anak sebagian di selesaikan oleh orang tua dan guru-guru, sehingga kebanyakan remaja tidak berpengalaman dalam mengatasi masalah. Kedua, karena para remaja merasa diri mandiri, sehingga mereka mengatasi masalahnya sendiri, menolak bantuan orang tua dan guru-guru.

e. Masa remaja sebagai mencari identitas

Pada tahun awal masa remaja penyesuaian diri dengan kelompok masih penting bagi anak laki-laki dan perempuan. Kemudian lambat laun mulai mendambakan identitas diri dan tidak puas lagi menjadi sama dengan teman-teman sebayanya dalam segala hal.

f. Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan

Adanya keyakinan bahwa orang dewasa mempunyai pandangan yang buruk tentang remaja, membuat peralihan menuju dewasa menjadi sulit.

g. Masa remja sebagai masa yang tidak realistik

Remaja cenderung memandang dirinya sendiri dan orang lain sebagai mana yang ia inginkan dan bukan sebagaimana adanya, terlebih dalam hal cita-cita. Cita-cita yang tidak realistik ini, tidak hanya bagi dirinya sendiri tetapi juga bagi keluarga dan teman-temannya, menyebabkan meningginya emosi yang merupakan ciri dari awal masa remaja. Semakin tidak realistik cita-citanya semakin ia menjadi marah, remaja akan sakit hati dan kecewa apabila orang lain mengecewakannya atau kalau ia tidak berhasil mencapai tujuan yang ditetapkannya sendiri.

h. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa

Dengan semakin mendekatnya usia kematangan yang sah, para remaja menjadi gelisah untuk meninggalkan strootip belasan tahun dan memberikan kesan bahwa mereka sudah hampir dewasa.

Sedangkan menurut Konopka (dalam Agustiani, 2022) secara umum masa remaja memiliki ciri-ciri sebagai berikut.

a. Masa remaja awal (12-15 tahun)

Pada masa ini individu mulai meninggalkan peran sebagai anak-anak dan berusaha mengembangkan diri sebagai individu yang unik dan tidak bergantung pada orang tua. Fokus dari tahap ini adalah penerimaan terhadap bentuk dan kondisi fisik serta adanya konformitas yang kuat dengan teman sebaya.

b. Masa remaja pertengahan (15-18 tahun)

Masa ini ditandai dengan berkembangnya kemampuan berpikir yang baru. Teman sebaya masih memiliki peran yang penting, namun individu sudah lebih mampu mengarahkan diri sendiri (*self-directed*). Pada masa ini remaja mulai mengembangkan kematangan tingkah laku, belajar mengendalikan impulsivitas, dan membentuk keputusan-keputusan awal yang berkaitan dengan tujuan vokasional yang ingin dicapai. Selain itu penerimaan dari lawan jenis menjadi penting bagi individu.

c. Masa remaja akhir (19-22 tahun)

Masa ini ditandai oleh persiapan akhir untuk memasuki peran-peran orang dewasa. Selama periode ini remaja berusaha memantapkan tujuan vokasional dan mengembangkan *sense of personal identity*. Keinginan yang kuat untuk menjadi matang dan diterima dalam kelompok teman sebaya dan orang dewasa, juga menjadi ciri tahap ini.

Berdasarkan yang telah disampaikan Hurlock mengenai ciri-ciri remaja maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri remaja terdiri dari masa remaja periode yang penting, periode peralihan, periode perubahan, usia bermasalah, mencari identitas, usia yang menimbulkan ketakutan, masa yang tidak realistis, dan ambang dewasa.

### 3. Tugas-tugas Perkembangan Masa Remaja

Tugas perkembangan pada masa remaja di fokuskan pada penanggulangan sikap dan pola perilaku yang kekanak-kanakkan dan mengadakan persiapan untuk menghadapi masa dewasa. Adapun tugas-tugas perkembangan remaja menurut Havighurst (dalam Hurlock, 2002), sebagai berikut:

- a. Mencapai relasi baru dan yang lebih matang dengan teman-teman sebaya baik pria maupun wanita.
- b. Mencapai peran sosial pria dan wanita.
- c. Menerima keadaan fisiknya dan menggunakan tubuhnya secara efektif.
- d. Mengharapkan dan mencapai perilaku sosial yang bertanggung jawab.
- e. Mencapai kemandirian emosional dari orang tua dan orang-orang dewasa lainnya.
- f. Mempersiapkan karier dan ekonomi.
- g. Mempersiapkan perkawinan dan keluarga.
- h. Menumbuhkan peringkat nilai dan sistem etika sebagai pegangan untuk berperilaku mengembangkan ideologi.

Sedangkan Mappiare (dalam Octavia, 2020) berpendapat tugas perkembangan remaja adalah sebagai berikut.

- a. Menerima keadaan fisiknya dan menerima peranannya sebagai pria atau wanita.

- b. Menjalinkan hubungan-hubungan baru dengan teman-teman sebaya baik sesama jenis maupun lain jenis kelamin.
- c. Memperoleh kebebasan secara emosional dari orang tuanya dan orang-orang dewasa lain.
- d. Memperoleh kepastian dalam hal kebebasan pengaturan ekonomis.
- e. Memilih dan mempersiapkan diri kearah suatu pekerjaan atau jabatan.
- f. Mengembangkan keterampilan-keterampilan dan konsep-konsep intelektual yang diperlukan dalam hidup sebagai warga Negara yang terpuji.
- g. Menginginkan dan dapat berperilaku yang di perbolehkan masyarakat.
- h. Mempersiapkan diri untuk pernikahan dan hidup berkeluarga.
- i. Menyusun nilai-nilai kata hati yang sesuai dengan gambaran dunia yang diperoleh dari ilmu pengetahuan yang memadai.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan tugas-tugas perkembangan remaja adalah mencapai relasi baru dan yang lebih matang dengan teman-teman sebaya baik pria maupun wanita, mencapai peran sosial pria dan wanita, menerima keadaan fisiknya dan menggunakan tubuhnya secara efektif, mengharapkan dan mencapai perilaku sosial yang bertanggung jawab, mencapai kemandirian emosional dari orang tua dan orang-orang dewasa lainnya, mempersiapkan karier dan ekonomi, mempersiapkan perkawinan dan keluarga,

dan menumbuhkan peringkat nilai dan sistem etika sebagai pegangan untuk berperilaku mengembangkan ideologi.

#### D. Dewasa Awal

##### 1. Pengertian Dewasa Awal

Istilah *adult* berasal dari kata Latin, seperti juga istilah *adolescens-adolescere* yang berarti “tumbuh menjadi kedewasaan”. Akan tetapi, kata *adult* berasal dari bentuk lampau partisipel dari kata kerja *adulutus* yang berarti “telah tumbuh menjadi kekuatan dan ukuran yang sempurna” atau “telah menjadi dewasa”. Oleh karena itu, orang dewasa adalah individu yang telah menyelesaikan pertumbuhannya dan siap menerima kedudukan dalam masyarakat bersama dengan orang dewasa lainnya (Harlock, 2002).

Menurut Harlock (2002) masa dewasa awal dimulai pada umur 18 tahun sampai kira-kira umur 40 tahun. Saat perubahan-perubahan fisik dan psikologis yang menyertai berkurangnya kemampuan reproduktif. Sedangkan menurut Arnett (dalam Santrock, 2019) masa transisi dari remaja menuju ke dewasa disebut sebagai beranjak dewasa (*emerging adulthood*) yang terjadi pada usia 18 sampai 25 tahun. Masa ini ditandai oleh eksperimen dan eksplorasi. Pada titik ini dalam perkembangan mereka, banyak individu masih mengeksplorasi jalur karier yang ingin mereka ambil, ingin menjadi individu seperti apa, dan gaya hidup apa yang mereka inginkan, hidup melajang, hidup bersama, atau menikah.

Erickson (dalam Monks, Knoers, & Haditono, 2001) mengatakan bahwa seseorang yang digolongkan dalam usia dewasa awal berada dalam tahap hubungan hangat, dekat dan komunikatif dengan atau tidak melibatkan konteks

seksual. Bila gagal dalam bentuk keintiman maka ia akan mengalami isolasi (merasa tersisihkan dari orang lain, kesepian, menyalahkan diri karena berbeda dengan orang lain). Sementara itu menurut Santrock (2019) masa dewasa awal adalah periode perkembangan yang bermula pada akhir usia belasan tahun atau awal dua puluhan dan berakhir pada usia tiga puluhan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan dewasa awal adalah masa yang ditandai dengan eksplorasi dan eksperimen yang terjadi pada usia awal dua puluhan dan berakhir pada usia empat puluhan.

## **2. Aspek-aspek Perkembangan Dewasa Awal**

Berikut merupakan aspek-aspek perkembangan yang sedang dihadapi fase usia dewasa awal (Santrock, 2019):

### **a. Perkembangan Fisik**

Pada fase usia dewasa awal menunjukkan bahwa pada satu sisi merupakan puncaknya, tetapi pada sisi lain adalah kecenderungan penurunan periode ini sehingga fase usia dewasa awal dikatakan sebagai puncak dan penurunan perkembangan individu secara fisik.

### **b. Perkembangan Seksualitas**

Membahas tentang perkembangan seksualitas adalah berbicara tentang sikap dan perilaku seksual pada individu sebagai kodrat dan dampak dari perubahan-perubahan hormon yang terjadi.

c. Perkembangan Kognitif

Perkembangan kognitif pada fase usia dewasa awal, dikemukakan oleh Scaie (1977) bahwa tahap-tahap kognitif Piaget menggambarkan peningkatan efisiensi dalam perolehan informasi yang baru.

d. Perkembangan Karier

Memasuki sebuah pekerjaan menandakan dimulainya peran dan tanggung jawab baru bagi individu. Tuntunan peran karier terhadap kompetensi menunjukkan sangat tinggi pada fase usia dewasa awal. Transisi diperlukan ketika individu menyesuaikan diri dengan peran yang baru. Memenuhi tuntunan karier dan penyesuaian diri dengan peran yang baru adalah penting bagi individu pada fase ini.

e. Perkembangan Sosio-Emosional

Kondisi perkembangan sosio-emosional pada fase usia sebelumnya cenderung sangat terkait dan mempengaruhi. Dalam menjalin hubungan sosial dengan lingkungannya, pada fase usia dewasa awal tidak hanya sekedar mampu menunjukkan jalinan persahabatan atau percintaan, namun lebih mengarah kepada hubungan sosio-emosional yang terkait oleh komitmen dengan menunjukkan hubungan niat untuk mempertahankan dalam mempersiapkan diri menuju kehidupan bersama melalui pernikahan dan hidup keluarga.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan aspek-aspek perkembangan dewasa awal terdiri dari perkembangan fisik, perkembangan seksualitas, perkembangan kognitif, perkembangan karier, dan perkembangan sosio-emosional.

### 3. Ciri-ciri Dewasa Awal

Menurut Harlock (2002) ciri-ciri yang menonjol dalam tahun-tahun masa dewasa awal sebagai berikut:

#### a. Masa Dewasa Awal sebagai Masa Pengaturan

Telah dikatakan bahwa masa anak-anak dan remaja adalah masa pertumbuhan dan masa dewasa merupakan masa pengaturan atau *settle down*. Seseorang berkembang pola hidupnya secara individual, yang mana dapat menjadi ciri khas seseorang sampai akhir hayat, pada masa ini seseorang mencoba berbagai pola kehidupan dengan alasan pola kehidupan tersebut dapat memenuhi kehidupannya dimasa kini dan masa depan yang mana mengandung unsur kemantapan dalam menentukan pola kehidupan yang dipilihnya.

#### b. Masa Dewasa Awal sebagai Usia Produktif

Pada masa ini para orang-orang dewasa awal memiliki kesiapan untuk menjadi orang tua baru. Artinya mereka siap untuk membangun kehidupan berumah tangga, akan tetapi tidak sedikit beberapa orang dewasa yang menunda masa ini dengan alasan

sampai mereka benar-benar menyelesaikan atau memulai kariernya pada lapangan tertentu.

c. Masa Dewasa Awal sebagai Masa Bermasalah

Pada masa ini orang dewasa awal yang belum siap memasuki masa ini akan mengalami beberapa kendala dalam permasalahan perkembangan kehidupannya. Permasalahan hidup yang terjadi berupa: masalah pekerjaan/jabatan, keuangan, teman hidup dan lain sebagainya. Mereka orang-orang dewasa perlu penyesuaian di dalamnya.

d. Masa Dewasa Awal sebagai Masa Ketegangan Emosional

Banyak orang-orang di masa dewasa awal mengalami banyak keresahan yang berhubungan dengan persoalan-persoalan yang terjadi di kehidupannya. Sesuatu yang resahkan orang-orang muda itu tergantung dari masalah penyesuaian diri yang harus dihadapi saat itu dan juga berhasil tidaknya mereka menangani permasalahan tersebut. Seperti contohnya mereka mengalami kekhawatiran tentang pekerjaan mereka yang tidak mengalami kemajuan pesat seperti yang mereka harapkan. Apabila seseorang merasa tidak mampu mengatasi masalah-masalah utama dalam hidup mereka, seringkali mereka terganggu rasa emosionalnya yang mana mereka memikirkan hingga stress atau mungkin mencoba untuk bunuh diri.

e. Masa Dewasa Awal sebagai Masa Keterasingan Sosial

Dewasa berakhirnya pendidikan formal dan terjunnya seseorang ke dalam pola kehidupan orang dewasa, yaitu karier, perkawinan, dan rumah tangga, hubungan dengan teman-teman kelompoknya yang sebaya pada usia remaja menjadi renggang dan juga keterlibatan dalam kegiatan kelompok diluar rumah akan terus berkurang. Keterasingan disini didefinisikan pada adanya semangat bersaing dalam mengejar karier yang ingin di capai, sehingga mereka hanya meluangkan sedikit waktu untuk sosialisasi agar tetap ada keakraban. Akibatnya mereka menjadi egosentris dan tentunya malah menambah kesepian mereka

f. Masa Dewasa Awal sebagai Masa Komitmen

Sewaktu menjadi dewasa, orang-orang muda mengalami perubahan tanggung jawab dari seorang pelajar yang sepenuhnya yang bergantung pada orangtua kini menjadi orang dewasa mandiri, maka mereka menentukan pola hidup baru dan membuat komitmen-komitmen baru. Meskipun nantinya pola-pola hidup ini atau komitmen-komitman baru ini mungkin akan berubah juga, pola-pola inilah menjadi landasan yang akan membentuk pola-pola hidup atau komitmen-komitmen di kemudian hari.

g. Masa Dewasa Awal Sering merupakan Masa Ketergantungan

Meskipun telah resmi mencapai status dewasa pada usia 18 tahun, status ini memberikan kebebasan untuk mandiri, banyak anak

muda yang masih bergantung pada orang lain selama jangka waktu yang berbeda-beda. Ketergantungan ini mungkin pada orang tua, lembaga pendidikan yang memberikan beasiswa sebagian atau penuh pada pemerintah karena mereka memperoleh pinjaman untuk membiayai pendidikan mereka.

h. Masa Dewasa Awal sebagai Masa Perubahan Nilai

Banyak nilai masa kanak-kanak dan remaja yang berubah karena pengalaman dan hubungan sosial yang lebih luas dengan orang-orang yang berbeda usia dan karena nilai-nilai itu dilihat dari kaca mata orang dewasa. Orang dewasa yang tadinya menganggap sekolah suatu kewajiban tidak berguna, kini sadar akan nilai pendidikan sebagai batu loncatan untuk meraih keberhasilan sosial, karier dan kepuasan pribadi, dan juga beberapa alasan yang akhirnya menyebabkan perubahan nilai pada masa dewasa awal.

i. Masa Dewasa Awal sebagai Masa Penyesuaian Diri dengan Cara Hidup Baru

Diantara berbagai penyesuaian diri yang harus dilakukan orang muda terhadap gaya hidup baru, yang paling umum adalah penyesuaian diri pada pola peran seks atas dasar persamaan derajat (egitarian) yang menggantikan pembedaan pola peran seks tradisional, serta pola-pola baru bagi kehidupan keluarga dll.

j. Masa Dewasa Awal sebagai Masa Kreatif

Masa dewasa awal merupakan puncak kreativitas, hal ini disebabkan karena sebagian orang yang telah dewasa, ia tidak terikat lagi oleh ketentuan dan aturan orang tua, sehingga mereka bebas untuk berbuat apa yang mereka mau.

Sedangkan menurut Arnett (dalam Santrock, 2019) mendeskripsikan lima ciri dari orang yang beranjak dewasa sebagai berikut:

a. Eksplorasi Identitas, Khususnya dalam Relasi Romantis dan Pekerjaan

Beranjak dewasa adalah masa dimana didalam diri sebagian besar individu terjadi perubahan penting menyangkut identitas.

b. Ketidakstabilan

Perubahan tempat tinggal sering terjadi selama masadewasa awal, sebuah masa dimana juga sering terjadi ketidakstabilan dalam relasi romantis, pekerjaan, dan pendidikan.

c. *Self-focused* (terfokus pada diri)

Individu yang berada dimasa beranjak dewasa cenderung terfokus pada diri sendiri, dalam arti mereka kurang terlibat dalam kewajiban sosial, melakukan tugas dan berkomitmen terhadap orang lain, serta mengakibatkan mereka memiliki otonomi yang besar dalam mengatur kehidupannya sendiri.

d. *Feeling in-between* (merasa seperti berada/di peralihan)

Banyak orang dimasa beranjakdewasa tidak menganggap dirinya sebagai remaja ataupun sepenuhnya sudah dewasa dan berpengalaman.

e. Usia dengan Berbagai Kemungkinan, Sebuah Masa Dimana Individu Memiliki Peluang untuk Kehidupan Mereka

Arnett (2006) mendeskripsikan dua cara dimana masa beranjak dewasa merupakan usia yang memiliki berbagai kemungkinan: (1) banyak orang yang sedang beranjak dewasa yang optimis dengan masa depannya, dan (2) bagi mereka yang mengalami kesulitan ketika bertumbuh besar, masa beranjak dewasa merupakan sebuah kesempatan untuk mengarahkan kehidupan mereka kearah yang lebih positif.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri dari dewasa awal adalah masa pengaturan, usia produktif, masa bermasalah, masa ketegangan emosional, masa keterasingan sosial, masa komitmen, masa ketergantungan, masa perubahan nilai, masa penyesuaian diri dengan cara hidup baru, dan masa kreatif.

#### 4. Tugas Perkembangan Dewasa Awal

Havighurst (dalam Monks, Knoers, & Haditono, 2001) membagi tugas-tugas perkembangan dewasa awal menjadi delapan yaitu sebagai berikut.

a. Memilih Pasangan Hidup

Memilih dan menemukan calon pasangan hidup, merupakan salah satu tugas perkembangan yang paling di rasakan menyenangkan, menarik, tetapi sekaligus manggelisahkan serta penuh dengan kekhawatiran pada fase dewasa awal ini.

b. Belajar Hidup dengan Pasangan Nikah

Setelah pernikahan berlangsung, muncul periode berikut untuk belajar bagaimana menyesuaikan kedua individu secara bersama-sama.

c. Memulai Hidup Berkeluarga

Kedudukan sebagai suami dan istri merupakan peran baru yang harus dilakukan dengan memulai kehidupan keluarga.

d. Memelihara Anak

Dengan mendapatkan anak, pasangan muda menanggung suatu tanggung jawab yang lebih besar dibandingkan sebelumnya.

e. Mengelola Rumah Tangga

Kehidupan keluarga dibangun tidak hanya sekedar mewujudkan modal dasar semata seperti siapnya kebutuhan secara fisik atau biologis, siap secara kehidupan materi atau ekonomi, tetapi sangta terkait dengan kesiapan secara keseluruhan baik fisik maupun mental.

f. Mulai Bekerja

Dalam menghadapi dan menjalin tugas-tugas perkembangan yang satu ini, para pria dewasa awal, cenderung mulai memperlihatkan dan memikirkannya, para pria sebelum menemukan calon istri untuk dijadikan calon pasangan hidup sebelum terlebih dahulu menemukan pekerjaan yang jelas dan tepat.

g. Bertanggung Jawab Sebagai Warga Negara

Para orang dewasa awal terlebih di Amerika mereka menunjukkan pertanggung jawaban diri sebagai kewarganegaraan, karena banyak dari mereka memulai karier mereka dalam masyarakat, maka sulit untuk memiliki waktu untuk bergabung baik dalam suatu organisasi atau ikut serta dalam aktifitas kewarganegaraan dan politik.

h. Menemukan Kelompok Sosial yang Serasi

Pada fase usia dewasa awal ini, salah satu orientasi dalam menjalankan tugas hidup, pernikahan menunjukkan tujuan yang mulai di prioritaskan dan menjadi suatu keputusan dalam langkah awal untuk menemukan kelompok sosial yang serasi.

Menurut Harlock (2002) untuk mencapai keberhasilan dalam menguasai tugas-tugas perkembangan dewasa awal ini, terdapat faktor-faktor yang dapat mempermudah penguasaan tugas-tugas perkembangan yaitu sebagai berikut.

a. Efisiensi Fisik

Memiliki penampilan fisik yang benar-benar matang, sehingga mereka lebih mudah untuk menguasai masalah-masalah atau menerima tugas-tugas perkembangan orang dewasa, seperti memilih pasangan hidup, menemukan pekerjaan dan lain sebagainya.

b. Kemampuan Motorik

Mereka lebih terampil atau luwes melakukan hal-hal yang bersifat mengandalkan kemampuan motorik baru, yang mana pada usia remaja mereka merasa tidak mampu atau bahkan kaku. Contohnya seperti masa saat anak remaja perempuan yang belum bisa memasak akan menjadi pandai memasak jika terbiasa.

c. Kemampuan Mental

Kemampuan mental yang diperlukan untuk mempelajari dan menyesuaikan diri pada situasi-situasi baru.

d. Motivasi

Apabila remaja telah mencapai usia dewasa secara hukum, mereka akan menginginkan untuk dianggap sebagai orang yang sudah dewasa dan mandiri oleh orang-orang disekitar mereka.

e. Model Peran

Mereka orang-orang dewasa baru memperoleh motivasi untuk mencontoh perilaku sesuai garis-garis yang dianut masyarakat dewasa, agar mereka sendiri juga dianggap sebagai orang dewasa.

Berdasarkan penjelasan dapat disimpulkan bahwa tugas perkembangan dewasa awal terdiri dari yaitu memilih pasangan hidup, belajar hidup dengan pasangan nikah, memulai hidup berkeluarga, memelihara anak, mengelola rumah tangga, mulai bekerja, bertanggung jawab sebagai warga negara, dan menemukan kelompok sosial yang serasi. Untuk mencapai keberhasilan dalam menguasai tugas-tugas perkembangan dewasa awal ini, terdapat faktor-faktor yang dapat mempermudah penguasaan tugas-tugas perkembangan yaitu efisiensi fisik, kemampuan motorik, kemampuan mental, motivasi, dan model peran.

#### **E. Gambaran *Celebrity Worship* Pada Remaja dan Dewasa Awal**

Maltby dkk., (2003) menggambarkan pemujaan selebriti sebagai jenis hubungan parasosial yang abnormal, didorong oleh unsur-unsur penyerapan dan adiktif dan yang berpotensi memiliki gejala sisa klinis yang signifikan. Mereka menyiratkan bahwa penyembahan manusia lain secara psikologis tidak normal (Elliot, 2018). McCutcheon dkk., (2003) mendefinisikan pemujaan selebriti sebagai jenis keterlibatan penggemar yang terjadi ketika “individu menjadi terobsesi dengan satu atau lebih selebriti, mirip dengan jenis gangguan delusi erotomania”.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Munica pada tahun 2021, dalam jurnalnya yang berjudul “Gambaran *Celebrity Worship* Terhadap Idola K-Pop Pada Mahasiswa Selama Masa Pandemi Covid-19” melakukan penelitian terhadap 101 partisipan yang merupakan seorang mahasiswa/I yang menyukai idola K-pop minimal 3 tahun dengan jenis kelamin perempuan 97 dan laki-laki 4 partisipan dengan rentang usia 18-23 Tahun. Metode penelitian yang digunakan

adalah studi kualitatif dengan pendekatan Psikologi Indigenous. Hasil Penelitiannya adalah para partisipan berada pada aspek pemujaan terhadap selebriti yang berada pada level entertainment-social, yang artinya aspek tersebut masih berada pada level normal. Alasan dibalik kecintaan mereka terhadap idola K-pop adalah karena bakat, serta potensi yang dimiliki oleh idolanya. Kemudian dari potensi yang dimiliki oleh idolanya, menjadikan idolanya sebagai bentuk inspirasi dalam meraih cita-citanya. Selama pandemi saat ini pun, dapat dilihat bahwa intensitas penggunaan internet terkait aktivitas pengidolaan lebih dominan pada intensitas normal yaitu 4Jam/hari, namun beberapa partisipan ada yang mencapai >8Jam/hari, yang mana hal tersebut tidak baik bagi kesehatan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Benu, Takalapeta, & Nabit pada tahun 2019, dalam jurnalnya yang berjudul “Perilaku *Celebrity Worship* Pada Remaja Perempuan” melakukan penelitian terhadap 3 orang subjek yang berusia 16–26 tahun. Penelitian ini hanya menggunakan subjek yang telah melakukan perilaku celebrity worship minimal selama 2 tahun. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ketiga subjek dalam penelitian ini memiliki beberapa kesamaan serta perbedaan dalam perilaku celebrity worship yang mereka lakukan. Perbedaan ini dapat dilihat pula dari tiga dimensi celebrity worship yang dikemukakan oleh Maltby dan Giles (2008) yaitu dimensi entertainment-social, intense-personal, dan borderline-pathological. Ketiga subjek dalam penelitian menunjukkan dimensi pertama yaitu dimensi entertainment-social,

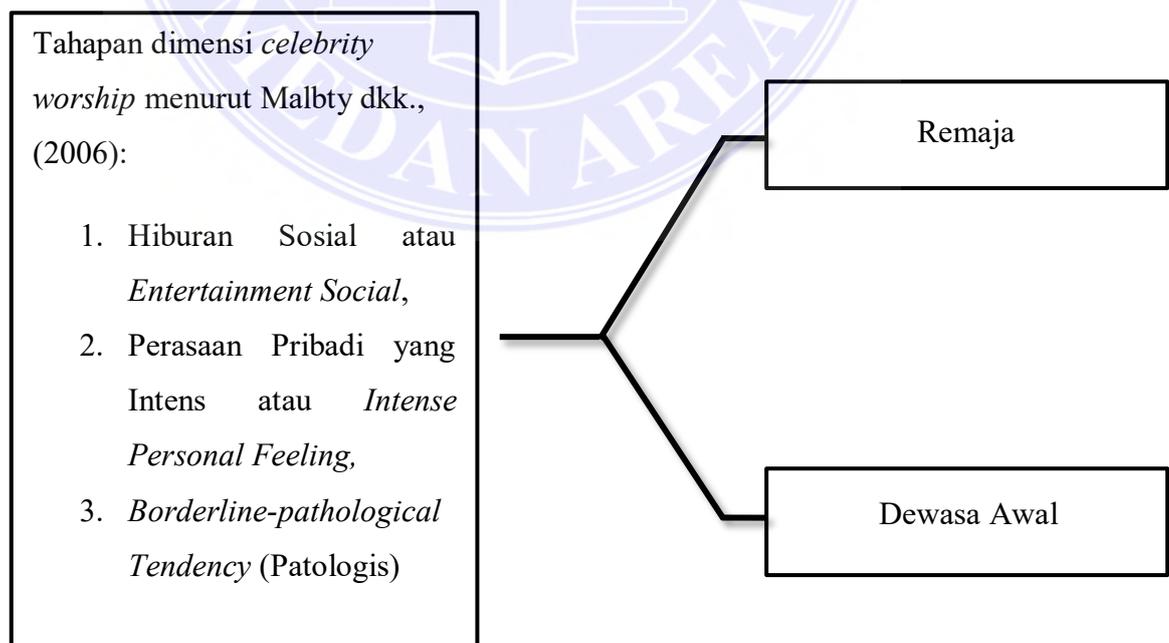
dimensi intensepersonal hanya di tunjukan oleh subjek 2 dan 3. Dimensi borderline-pathological tidak teridentifikasi pada ketiga subjek penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Widjaja dkk pada tahun 2015, dalam jurnalnya yang berjudul “Gambaran *Celebrity Worship* Pada Dewasa Awal Di Jakarta” melakukan penelitian terhadap responden laki-laki sebesar 50.4% dengan total partisipan berjumlah 126 partisipan, sedangkan persentase responden perempuan sebesar 49.6% dengan total partisipan berjumlah 124 partisipan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif. Dalam penentuan sampel, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik non probability sampling, dengan tipe sampling yang digunakan adalah purposive sampling dan snowball sampling. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa persentase pada dimensi entertainment social sebesar 34.0% dengan total partisipan berjumlah 85 partisipan. Persentase pada dimensi intense personal sebesar 34.8% dengan total partisipan berjumlah 87 partisipan. Persentase pada dimensi borderline pathological sebesar 31.2% dengan total partisipan berjumlah 78 partisipan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Fatimah dkk pada tahun 2021 dalam jurnalnya yang berjudul “Perilaku Celebrity Worship Pada Remaja Komunitas Nctzens di Indonesia ditinjau dari *loneliness*” melakukan penelitian terhadap remaja berusia 12 sampai 19 tahun yang ikut dalam suatu komunitas atau fandom NCTzens yang tinggal atau menetap di Indonesia dengan jumlah partisipan dalam penelitian ini sebesar 50 partisipan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif jenis korelasional. Teknik pengambilan sampel yang

digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa Berdasarkan hasil uji linearitas diperoleh nilai Deviation from Linearity sebesar 0,106 ( $P > 0,05$ ) sehingga variabel loneliness dan variabel celebrity worship memiliki hubungan yang linier. Berdasarkan hasil analisis data uji korelasi product moment diperoleh nilai sebesar 0,194 dengan signifikansi  $p = 0,192$  ( $P > 0,05$ ). Artinya terdapat hubungan positif yang tidak signifikan antara loneliness dengan perilaku celebrity worship. Adanya hubungan positif dapat diartikan semakin rendah kesepian seseorang, maka semakin rendah terlibat perilaku pemujaan idola. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini ditolak. Ditolaknya hipotesis dalam penelitian ini menggambarkan tidak ada hubungan yang signifikan antara kesepian dengan perilaku celebrity worship pada remaja komunitas NCTzens di Indonesia.

#### F. Kerangka Konseptual



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2020) menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau tanpa variabel dan membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

Menurut Azwar (2012) penelitian deskriptif dilaksanakan untuk menyajikan secara sistematis dan akurat data kuantitatif dan data kualitatif mengenai fakta dan karakteristik populasi atau mengenai bidang tertentu. Data yang dikumpulkan semata-mata bersifat deskriptif sehingga tidak dimaksudkan untuk mengemukakan hasil ulasan, bahasan, hasil uji hipotesis, membuat prediksi, atau mempelajari implikasi.

#### B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini digunakan untuk menghindari kesimpangsiuran dalam membahas dan menganalisis penelitian, maka dibuat suatu batasan variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan variabel tunggal, yaitu *celebrity worship*.

#### C. Defenisi Operasional *Celebrity Worship*

*Celebrity worship* adalah kekaguman fans terhadap idol secara berlebihan sehingga menjadi perilaku obsesif adiktif yang membuat fans tidak bisa lepas dari

idolnya yang menyebabkan hubungan parasosial. Selanjutnya *celebrity worship* diukur dengan menggunakan skala yang telah dipersiapkan oleh peneliti berdasarkan dimensi *celebrity worship* menurut Maltby dkk (2006) yang terdiri dari, sebagai berikut.

1. Hiburan sosial atau *entertainment social* yaitu tahap terendah dalam *celebrity worship*. Pada tahap ini, penggemar memiliki motivasi yang mendasari pencarian aktif terhadap selebriti atau idola yang disukai.
2. Perasaan pribadi yang intens atau *intense personal feeling* yaitu tahapan kedua dalam *celebrity worship*. Pada tahap ini, penggemar memiliki perasaan intensif dan kompulsif terhadap segala hal yang berhubungan dengan selebriti atau idola yang disukai.
3. *Borderline-pathological Tendency* (Patologis) merupakan tahapan paling parah dari *celebrity worship*. Pada tahap ini, penggemar memiliki sikap seperti kesediaan melakukan apapun demi selebriti atau idola yang disukai meskipun perilaku tersebut melanggar hukum.

#### **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

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

Arikunto (2014) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2020) menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Jadi populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas

dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Maka dari itu penelitian ini populasinya adalah seluruh anggota *fandom* ARMY Medan yang berjumlah 133 orang yang terdiri dari 62 orang remaja dan 71 orang dewasa awal.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2020) mengatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut, sampel harus memiliki ciri dan sifat yang sama agar hasil penelitian dapat di generalisasikan kepada seluruh populasi. Generalisasi adalah kesimpulan penelitian yang berlaku bagi populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Jumlah sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah 60 anggota *fandom* ARMY Medan yang terbagi menjadi 30 remaja dan 30 dewasa awal dengan menggunakan jenis *quota Sampling*. *Quota sampling* yaitu teknik pengambilan untuk menentukan sampel yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan (Sugiyono, 2020).

Ciri khusus yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu :

- a. Berusia 15-40 tahun
- b. Anggota *fandom* ARMY Medan

## E. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data (Sugiyono, 2020) merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode *Rating scale*. Menurut Sugiyono (2020) *rating scale* adalah data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif.

### 1. Skala *Celebrity Worship*

Skala *celebrity worship* menggunakan dimensi tahapan *celebrity worship* menurut Maltby dkk (2006) yang terdiri dari hiburan sosial atau *entertainment social*, perasaan pribadi yang intens atau *intense personal feeling*, dan *borderline-pathological tendency* (patologis). Skala *celebrity worship* melakukan penilaian dengan menggunakan skala rating yaitu dengan menggunakan empat alternatif jawaban yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju). Skala di sebarakan menggunakan *google form* dan subjek diminta untuk memilih salah satu dari alternatif jawaban yang telah disediakan. Adapun item-item dari skala tersebut disajikan dalam bentuk pernyataan yang bersifat *favorable* dan *unfavorable*.

## F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

### 1. Validitas Alat Ukur

Menurut Sugiyono (2020) menyatakan bahwa valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas pada masing-masing item, ialah dengan mengkorelasikan skor

masing-masing butir dengan skor total yang merupakan jumlah masing-masing skor butir. Bila koefisien korelasinya sama ataupun diatas 0,30 maka item tersebut dinyatakan valid, namun bila nilai korelasinya dibawah 0,30 maka item tersebut tidak valid.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengukuran validitas alat ukur penelitian adalah menggunakan korelasi *Product Moment*. Validitas dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan bantuan SPSS (*Statistic Packages For Social Science*) for windows.

## 2. Reliabilitas Alat Ukur

Menurut Azwar (2012) reliabilitas alat ukur adalah untuk mencari dan mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Reali dapat juga dikatakan kepercayaan, keberhasilan, keajegan, kestabilan, konsistensi dan sebagainya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama selama dalam diri subjek yang diukur memang belum berubah.

Menurut Sugiyono (2020) reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi jika pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Reliabilitas tes, merupakan tingkat konsistensi suatu tes, adalah sejauh mana tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang konsisten, relatif tidak berubah meskipun diteskan pada situasi yang berbeda.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengukuran reliabilitas alat ukur penelitian ini adalah teknik *Alpha Cronbach*. reliabilitas dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan bantuan *SPSS (Statistic Packages For Social Science) for windows*.

### G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2020) teknik analisis statistik deskriptif kuantitatif merupakan analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Metode statistik deskriptif yang digunakan adalah dengan menstandarisasi skor mentah yang diperoleh dengan cara menggunakan rata-rata hipotetik dan standar deviasi hipotetik untuk mengubah skor mentah menjadi *Z-score* dan merubah menjadi skor standar (*T-score*) untuk diperbandingkan dengan norma yang terstandar dalam rangka mendapatkan tahapan dari dimensi *celebrity worship* dari masing-masing subjek berdasarkan norma terstandar yang ada. Adapun norma skor dari tahapan dimensi *celebrity worship* sebagai berikut.

**Tabel 3. 1 Norma Skor Dimensi Tahapan *Celebrity Worship***

Skala T-score	Kategori Tahapan Dimensi <i>Celebrity Worship</i>
$T > 64$	<i>Borderline-pathological Tendency (Patologis)</i>
$40 \leq T \leq 64$	Perasaan pribadi yang intens atau <i>intense personal feeling</i>
$T < 40$	Hiburan sosial atau <i>entertainment social</i>

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil-hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif *celebrity worship* pada remaja dan dewasa awal di fandom ARMY Medan, di dapatkan bahwa anggota fandom berada pada dimensi *intense personal feeling* dan dimensi *borderline-pathological tendency*. Pada dimensi *intense personal feeling* persentase sebesar 26,7% dengan total partisipan berjumlah 16 partisipan, sedangkan persentase pada dimensi *borderline-pathological tendency* sebesar 73,3% dengan total partisipan berjumlah 44 partisipan.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada tahap perkembangan remaja dan dewasa awal didapatkan hasil 8 partisipan remaja dan 8 partisipan dewasa awal berada pada dimensi *intense personal feeling*, dan 22 partisipan remaja dan 22 partisipan dewasa awal berada pada dimensi *borderline-pathological tendency*.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dan kesimpulan yang dibuat, maka hal-hal yang dapat disarankan, antara lain:

1. Saran untuk anggota Fandom ARMY Medan Borahe

Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa tahap *celebrity worship* di fandom ARMY Medan Borahe dominan pada dimensi *borderline-*

*pathological tendency* yaitu tahap paling tinggi pada dimensi *celebrity worship*. Maka di harapkan bagi para anggota fandom yang berada pada tahap tersebut untuk mulai melakukan kontrol diri dengan menganalisis idola tersebut seperti apa kualitasnya, dampak bagi diri sendiri dan lingkungan sekitar, simpulkan bagaimana idola dapat memenuhi kebutuhan anda dan melakukan introspeksi diri. Setelah itu temukan kegiatan yang ingin dipelajari atau diikuti diluar dari kegiatan pemujaan selebriti. Dan lebih mendekatkan diri kepada tuhan.

## 2. Saran untuk fandom

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi saran informasi mengenai perilaku *celebrity worship* yang dapat terjadi dari para anggota fandom. Dan diharapkan agar fandom untuk memberikan kegiatan yang positif di luar dari pengidolaan kepada para anggotanya agar mengurangi pemujaan yang terjadi pada anggota fandom.

## 3. Saran untuk peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, karena penelitian ini memiliki banyak kekurangan, kepada peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih memperluas penelitian dengan lebih banyak subjek dan tidak hanya perempuan tetapi dari penggemar laki-laki juga. Dan juga dapat membagikan skala dan melakukan wawancara secara langsung hal ini agar terhindar dari *faking good* yang dilakukan secara sengaja oleh para sampel.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, H. (2022). *Psikologi Perkembangan: Pendekatan Ekologi Kaitannya dengan Konsep Diri dan Penyesuaian Diri pada Remaja*. Bandung: Refika Aditama.
- Ali, M., dan Astori, M. (2004). *Psikologi Remaja: Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Alya, S., Sitasari, N.W., dan Safitri. (2022). *Celebrity Worship Girl Group "TWICE" pada Remaja*. JCA Psikologi, 3(1), 1-11.
- Amroshy, A., dan Imron, A. (2014). *Hegemoni Budaya Pop Korea Pada Komunitas Korea Lovers Surabaya (KLOSS)*. Pradigma, 2(3), 1-8.
- Arikunto, S. (2014). *Prosuder Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arugute, M., Griffith, J., Edman, J., Green, T., dan Mccutheon, L. (2014). *Body Image and Celebrity Worship*. Equinox Publishing, 223-234.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Benu, J.M.Y., Takalapeta, T., dan Nabit, Y. (2019). *Perilaku Celebrity Worship pada Remaja Perempuan*. Journal of Health and Behavioral Science, 11(1), 13-25.
- Big Hit Music. (2022, 29 Oktober). *Profile BTS*. Ibighit.com. Retrieved from website: <https://ibighit.com/bts/eng/profile/>
- Boon, S.D., dan Lomore, C.D. (2001). *Admirer-Celebrity Relationships Among Young Adults: Explaining Perceptions of Celebrity Influence on Identity*. Human Communication Research, 432-465.
- Brooks, S.K. (2018). *Fanatics: Systematic Literature Review of Factors Associated with Celebrity Worship, and Suggested Directions for Future Research*. Curr Psychol, 864-887.
- BTS ARMY Census. (2020). Btsarmycensus.com. Retrieved from website: <https://www.btsarmycensus.com/2020-results>
- Cheng, C., dan Yue, X. (2003). *Identity Achievement and Idol Wprship Among Teenagers in Hongkong*. Internasional Journal of Adolescence and Youth, 11, 1-26.
- Darfiyanti, D., Putra, M.G., dan Bagus, A. (2012). *Pemujaan terhadap Idola Pop sebagai Dasar Intimate Relationship pada Dewasa Awal: sebuah Studi Kasus*. Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial, 1(2), 53-60.
- Dewi, D.P.K.S., dan Indrawati, K.R. (2019). *Gambaran Celebrity Worship pada Penggemar K-Pop usia Dewasa Awal di Bali*. Jurnal Psikologi Udayana, 6(2), 291-300.
- Dulst, L., Zwaan, K., dan Reijnders, S. (2016). *The Ashgate Research Companion to Fan Culture*. London: Routledge.

- Elliot, A. (2018). *Routledge Handbook of Celebrity Studies*. New York : Routledge.
- Fatimah, N., Noviekayati, IGAA., dan Rina, A.P. (2021). *Perilaku Celebrity Worship Pada Remaja Komunitas Nctzens di Indonesia Ditinjau dari Lonlines*. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(2), 122-135.
- Fauziah, R., dan Kusumawati, D. (2015). *Fandom K-Pop Idol dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers Fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest dan Idol Account @ Khunnie0624)*. Universitas Sebelas Maret.
- Gunarsa, S.D. (2004). *Dari Anak Sampai Usia Lanjut*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Hurlock, E.B. (2002). *Psikologi Perkembangan*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Indrayana, L.A., dan Wahyudi, H. (2019). *Hubungan Self Esteem dengan Pathological Bordeline Celebrity Worship pada Dewasa Awal Anggota Fansclub BTS Bandung*. *Prosing Psikologi*, 5(2), 459-466.
- Jeannette., dan Paramita, S. (2018). *Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl Army Terhadap BTS)*. *Koneksi*, 2(2), 393-400.
- Jung, S. (2011). *K-Pop, Indonesian Fandom, and Social Media*. *Transformative Works and Cultures*.
- Kumparan. (2017, Mei 7). *Fanatisme Fans Kpop: Candu dan bumbu remaja*. Kumparan.com. Retrieved from website: <https://kumparan.com/nikennurani/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja>
- Kuntjojo. (2021). *Psikologi Pendidikan*. Jawa Barat: Guepedia.
- Kusuma, N.N. (2013). *Hubungan Celebrity Worship Terhadap Idola K-Pop (Korean Pop) dan Perilaku Imitasi Pada Remaja*. Sarjana Thesis, Universitas Brawijaya.
- Liu, K.K.J. (2013). *Idol Worship, Religiosity, and Self Esteem Among University and Secondary Students in Hongkong (Oustandin Academic Papers by Students)*. Retrieved from City University of Hongkong, CityU Institutional Repository.
- Munica, A.D.M., dan Rahmasari, D. (2022). *Gambaran Psikologis Celebrity Worship pada Penggemar BTS (Bangtan Boys)*. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 9 (8), 34-43.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L.E., Martin, M.M., dan Cayanus, J.L. (2004). *Celebrity Worship, Cognitive Flexibility, and Social Complexity*. *Journal of Personality and Individual Differences*.

- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L.E., Houran, J., dan Ashe, D. (2006). *Extreme Celebrity Worship, Fantasi Proneness and Dissociation: Developing the measurement and Understanding of Celebrity Worship within Clinical Personality Context*. Personalities and Individual Difference.
- Maltby, J., Houran, J., dan McCutcheon, L.E. (2003). *A Clinical Interpretation of Attitudes and Behaviors Associated with Celebrity Worship*. The Journal of Nervous and Mental Diseases.
- McCutcheon, L.E., Aruguete, M.S., Jenkins, W., dan Mccarley, N. (2016). *An Investigation of Demographic Correlates of the Celebrity Attitude Scale*. Interpesona, 10(2), 161-170.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., dan Houran. J. (2002). *Conceptual and measurement of celebrity worship*. British Journal of Psychology, 67-89.
- Monks, F. J., Knoers, A. M. P., dan Haditono, S. H. (2001). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- North, A.C., Sheridan, L., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). *Attributional Style, Self-Esteem, and Celebrity Worship*. Media Psychology, 9(2), 291-308.
- Munica, R. (2021). *Gambaran Celebrity Worship Terhadap Idola K-Pop Pada Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19*. Journal of Multidisciplinary Research and Development, 4(1), 247-256.
- Octavia, S.A. (2020). *Motivasi Belajar dalam Perkembangan Remaja*. Yogyakarta: Deepublish.
- Raviv, A., Bar-Tal, D., Raviv, A., dan Ben-Horin, A. (1996). *Adolescent Idolization of Pop Singers: Causes, Expressions, and Reliance*. Journal of Youth and Adolescence, 25(5), 631-650.
- Riona, J., dan Krisdinanto, N. (2021). *Ketika Fans "Menikah" Idolanya: Studi Fenomenologi tentang Loyalitas Fandom BTS*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(1), 16-34.
- Sagita, A., dan Kadewardana, D. (2017). *Hubungan Parasosial di Media Sosial (Studi pada Fandom ARMY di Twitter)*. CoverAge, 8(1), 45-58.
- Saifuddin, Ahmad. (2022). *Psikologi Umum Dasar*. Jakarta: Kencana.
- Santrock, J.W. (2003). *Adolescence Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J.W. (2012). *Life-Span Development*. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J.W. (2019). *Life-Span Development*. Jakarta: Erlangga.
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., dan Gillet, R. (2007). *Celebrity Worship, Addiction and Criminality*. Article Psychology, Crime and Law.
- Shofa, M. (2017). *Gambaran Psikologis Celebrity Worship pada Dewasa Awal (Studi Kasus Mahasiswa Penggemar Korean Pop)*. Universitas Islam Negeri Malik Ibrahim Malang.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sukmana, P. D., dan Mardian, O. (2015). *Studi Deskriptif mengenai Interaksi Parasosial pada Dewasa Awal di Komunitas Fans Exo Bandung*. Jurnal Fakultas Psikologi. Universitas Islam Bandung.
- Syah, Y.I. (2018). *Representasi Budaya Kaum Muda Perempuan Sebagai Penggemar Korean Pop (Studi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Angkatan 2013)*. Kinesik, 5(1), 93-105.
- The Jakarta Post. (2020, September 23). Indonesians among K-pop's biggest fans: Twitter. TheJakartaPost.com. Retrieved from website: <https://www.thejakartapost.com/life/2020/09/23/indonesians-among-k-pops-biggestfans-twitter.html>
- Upton, P. (2012). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Wahyuningtyas, V., dan Kusuma, A. (2021). *Interweaving identity and digital fandom social movements: A case study of the "BTS Army Indonesia Peduli Bencana"*. Simulacra, 4(2), 247-259.
- Widjaja, A.K., dan Ali, M.M. (2015). *Gambaran Celebrity Worship Pada Dewasa Awal di Jakarta*. Humaniora, 6(1), 21-28.
- Yue, X., dan Cheung, C. (2012). *Idol Worship as Compensation for Parental Absence*. International Journal of Adolescence and Youth, 17(1), 35-46.
- Yue, X., dan Cheung, C. (2019). *Idol Worship In Chinese Society*. New York: Routledge.





SEBARAN DATA PENELITIAN																																																												
4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	3	3	2	2	3	2	3	4	2	4	4	2	4	2	2	2	2	3	3	1						
4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	1	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3				
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3					
3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	4	4	3	4	3	3	4	3	2	3	2							
3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4					
4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	1	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	1	4	4	3	3	4	1	3	1	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	1	3				
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	2	3	4	3				
4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	1	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3				
3	4	4	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	4	2	3	3	2	4	2	2	3	3	3	2					
4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	2					
3	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	2	3	4	4	2	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	2	3					
2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2					
4	4	4	1	1	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2					
4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2			
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4		
3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	2	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4					
3	4	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	1	2	2	2	3	2	4	4	1	3	1	2	3	1	2	2	2
3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2	3	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	1	2				
4	4	3	3	2	2	2	4	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	4	3	4	3	2	2	2	2	4	3	3	1	2	2	3	4	1	3	4	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1				
4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	2	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2						
3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2			
2	4	4	1	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	1	3	4	4			
1	4	4	2	3	3	4	4	2	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	1	4	2	2	4	2	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3			

3	4	3	3	3	2	4	4	1	3	2	3	3	4	4	1	4	3	4	4	2	4	3	3	3	2	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	4	4	1	4	4	2	4	3	3	3	3	1	2	1							
2	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	2	2	2	3	4	3	3	3	2	3	1	2	3	1	2	2	1						
3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3							
4	4	4	3	3	4	4	4	1	3	2	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	2	3	1	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	1	3	3	2	3	3	1	1	1							
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	1	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4							
3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	3	4	3	1	2	3	2	3	2	3	1	1	1	1	2	2	3	3	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	4	3	1	3	3	3	3	2	2	1	1	1	4	1							
4	4	4	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	1	3	1	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4				
1	4	4	3	3	2	4	4	2	3	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	1	3	4	2	4	3	2	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	1	3	2	2					
4	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	2	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	2	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2						
3	4	4	2	2	4	3	4	1	4	3	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	1	1	3	1	4	4	4	2	3	2	4	4	2	3	3	4	3	3	3	4	2	2	2						
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4							
1	4	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2						
4	4	4	3	4	2	4	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4							
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4							
3	4	3	2	3	3	4	4	1	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2		
3	4	4	2	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	3	2	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2			
2	4	3	2	2	2	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3	2	2	2				
3	4	3	2	2	2	3	2	1	3	2	2	2	3	4	2	3	3	4	4	3	4	3	2	3	2	4	4	3	3	2	1	1	3	1	2	2	3	1	3	2	3	4	2	3	4	3	4	3	3	2	3	1	1	1	1	1	1				
2	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	4	2	3	4	4	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	3	3				
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	4	4	2	4	4	2	3	2	2	4	2	2	2	2			
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
2	4	3	2	2	3	3	4	2	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	1	4	4	2	4	4	2	2	3	4	4	2	4	4	3	4	2	3	3	1	1	1	1	2	2			
4	4	4	4	2	2	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

- 1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
- 2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
- 3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

3	4	3	2	3	3	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	4	3	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	3	2	4	2	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	2	
1	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3		
4	4	4	3	3	3	4	4	1	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	1	3	4	4			
4	4	4	3	3	2	3	4	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	4	2	4	4	3	4	3	3	3	2	2	1				
4	4	4	3	2	2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	2	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	1		
3	4	4	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	2	3	1	4	4	4	4	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4	3	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3			
3	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	2	3	4	4	2	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	1	3	1	2	1	3	1	2	2	2	2	1	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	1		
3	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3		





## Reliability

### Notes

Output Created		30-SEP-2022 09:46:59
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	60
Missing Value Handling	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Syntax	<pre> RELIABILITY  /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029 VAR00030 VAR00031 VAR00032 VAR00033 VAR00034 VAR00035 VAR00036 VAR00037 VAR00038 VAR00039 VAR00040 VAR00041 VAR00042 VAR00043 VAR00044 VAR00045 VAR00046 VAR00047 VAR00048 VAR00049 VAR00050 VAR00051 VAR00052 VAR00053 VAR00054 VAR00055  VAR00056 VAR00057 VAR00058 VAR00059 VAR00060 VAR00061 VAR00062 VAR00063 VAR00064 VAR00065 VAR00066 VAR00067 VAR00068 VAR00069 VAR00070  /SCALE('celebrity worship') ALL  /MODEL=ALPHA  /STATISTICS=SCALE  /SUMMARY=TOTAL.                 </pre>					
	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="311 1771 430 1803">Resources</td> <td data-bbox="614 1736 790 1767">Processor Time</td> <td data-bbox="1252 1736 1380 1767">00:00:00.02</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="614 1807 767 1839">Elapsed Time</td> <td data-bbox="1252 1807 1380 1839">00:00:00.01</td> </tr> </table>	Resources	Processor Time	00:00:00.02		Elapsed Time
Resources	Processor Time	00:00:00.02				
	Elapsed Time	00:00:00.01				

## Scale: celebrity worship

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	70

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	216.3500	417.452	.266	.932
VAR00002	216.7333	415.080	.280	.932
VAR00003	216.9000	412.329	.321	.932
VAR00004	216.1167	418.851	.437	.932
VAR00005	216.4167	411.264	.641	.931
VAR00006	217.2333	413.911	.329	.932

VAR00007	217.1000	409.583	.507	.931
VAR00008	217.0167	410.627	.442	.931
VAR00009	216.4833	408.390	.648	.930
VAR00010	216.2833	419.969	.229	.932
VAR00011	216.5667	418.182	.269	.932
VAR00012	216.3333	414.701	.404	.931
VAR00013	216.6667	414.633	.298	.932
VAR00014	217.7333	412.707	.318	.932
VAR00015	216.6167	412.478	.542	.931
VAR00016	216.9333	412.233	.467	.931
VAR00017	217.0333	409.524	.506	.931
VAR00018	216.6333	410.440	.573	.931
VAR00019	216.3000	417.671	.349	.932
VAR00020	216.1667	417.734	.441	.932
VAR00021	217.0667	406.334	.531	.931
VAR00022	216.3000	410.315	.695	.930
VAR00023	216.6833	413.678	.444	.931
VAR00024	216.5500	412.625	.526	.931
VAR00025	216.1167	418.918	.432	.932
VAR00026	216.6000	410.414	.599	.931
VAR00027	216.3333	414.938	.481	.931
VAR00028	216.4000	407.498	.699	.930
VAR00029	217.1333	409.473	.425	.931
VAR00030	216.5500	408.455	.616	.930

VAR00031	216.4667	406.423	.643	.930
VAR00032	216.1500	417.655	.412	.932
VAR00033	216.6333	415.151	.353	.932
VAR00034	216.5333	412.118	.468	.931
VAR00035	216.5500	413.133	.536	.931
VAR00036	216.8500	407.147	.577	.930
VAR00037	217.1833	406.390	.548	.930
VAR00038	217.9333	412.301	.381	.931
VAR00039	216.8333	414.853	.343	.932
VAR00040	217.1167	402.986	.559	.930
VAR00041	216.8500	408.706	.505	.931
VAR00042	216.6167	407.325	.591	.930
VAR00043	216.7333	408.640	.545	.931
VAR00044	218.0000	420.881	.145	.933
VAR00045	218.0333	413.287	.421	.931
VAR00046	217.8833	415.427	.243	.932
VAR00047	217.4667	425.202	-.046	.934
VAR00048	217.1333	414.931	.331	.932
VAR00049	217.3833	411.461	.429	.931
VAR00050	217.9500	421.540	.088	.933
VAR00051	216.6167	414.613	.305	.932
VAR00052	216.2333	415.707	.456	.931
VAR00053	217.3833	403.630	.506	.931
VAR00054	216.3833	413.868	.483	.931

VAR00055	216.2833	417.156	.384	.932
VAR00056	217.1833	412.898	.289	.932
VAR00057	216.6667	404.531	.514	.931
VAR00058	216.3333	411.412	.669	.930
VAR00059	216.7000	403.468	.560	.930
VAR00060	216.8000	405.112	.544	.930
VAR00061	216.7667	406.182	.623	.930
VAR00062	217.1167	405.562	.424	.931
VAR00063	217.3000	414.620	.262	.932
VAR00064	217.3833	404.105	.514	.931
VAR00065	217.1667	404.141	.458	.931
VAR00066	217.8833	420.817	.086	.933
VAR00067	217.5833	404.112	.499	.931
VAR00068	217.1000	431.617	-.218	.936
VAR00069	217.2833	437.223	-.378	.937
VAR00070	217.3333	413.819	.290	.932

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
220.0167	424.356	20.59989	70



## Frequencies

### Notes

Output Created		30-SEP-2022 10:29:05
Comments		
	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
Input	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	60
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=aa  /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

### Statistics

celebrity worship

N	Valid	60
	Missing	0

**celebrity worship**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
borderline phathological tende	44	73.3	73.3	73.3
intens personality feelings	16	26.7	26.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=x2

/ORDER=ANALYSIS.

**Frequencies**

**Notes**

Output Created	30-SEP-2022 10:35:31
Comments	
Input	
Active Dataset	DataSet0
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	60
Missing Value Handling	Definition of Missing
	User-defined missing values are treated as missing.

	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=x2
		/ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

**Statistics**

tahapan perkembangan

N	Valid	60
	Missing	0

**tahapan perkembangan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
dewasa awal	30	50.0	50.0	50.0
Valid remaja	30	50.0	50.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**CROSSTABS**

/TABLES=x2 BY aa

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT ROW

/COUNT ROUND CELL.

## Crosstabs

### Notes

'Output Created		30-SEP-2022 10:36:06
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	60
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS
		/TABLES=x2 BY aa
		/FORMAT=AVALUE TABLES
		/CELLS=COUNT ROW
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00
	Dimensions Requested	2

Cells Available	174734
-----------------	--------

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
tahapan perkembangan * celebrity worship	60	100.0%	0	0.0%	60	100.0%

**tahapan perkembangan \* celebrity worship Crosstabulation**

			celebrity worship	
			borderline phathological tende	intens personality feelings
tahapan perkembangan	dewasa awal	Count % within tahapan perkembangan	22 73.3%	8 26.7%
	remaja	Count % within tahapan perkembangan	22 73.3%	8 26.7%
Total		Count % within tahapan perkembangan	44 73.3%	16 26.7%

**tahapan perkembangan \* celebrity worship Crosstabulation**

			Total
tahap perkembangan	dewasa awal	Count	30
		% within tahapan perkembangan	100.0%
	remaja	Count	30
		% within tahapan perkembangan	100.0%
Total	Count		60
	% within tahapan perkembangan		100.0%

FREQUENCIES VARIABLES=x3

/ORDER=ANALYSIS.

## LAMPIRAN D

### *Z- SCORE*

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Kategori	Skor Total	Z-Score	T-Score	Tahapan Dimensi Celebrity Worship
1	A	Perempuan	31	Dewasa Awal	181	1,581818	66	borderline pathological tende
2	A	Perempuan	27	Dewasa Awal	182	1,618182	66	borderline pathological tende
3	M	Perempuan	27	Dewasa Awal	181	1,581818	66	borderline pathological tende
4	J	Perempuan	24	Dewasa Awal	179	1,509091	65	borderline pathological tende
5	E	Perempuan	24	Dewasa Awal	192	1,981818	70	borderline pathological tende
6	P	Perempuan	33	Dewasa Awal	177	1,436364	64	borderline pathological tende
7	N	Perempuan	25	Dewasa Awal	202	2,345455	73	borderline pathological tende
8	S	Perempuan	20	Dewasa Awal	187	1,8	68	borderline pathological tende
9	S	Perempuan	21	Dewasa Awal	161	0,854545	59	intens personality feelings
10	A	Perempuan	24	Dewasa Awal	204	2,418182	74	borderline pathological tende
11	L	Perempuan	27	Dewasa Awal	179	1,509091	65	borderline pathological tende
12	T	Perempuan	19	Dewasa Awal	146	0,309091	53	intens personality feelings
13	J	Perempuan	25	Dewasa Awal	185	1,727273	67	borderline pathological tende
14	S	Perempuan	26	Dewasa Awal	193	2,018182	70	borderline pathological tende
15	S	Perempuan	25	Dewasa Awal	201	2,309091	73	borderline pathological tende
16	W	Perempuan	29	Dewasa Awal	189	1,872727	69	borderline pathological tende
17	A	Perempuan	29	Dewasa Awal	151	0,490909	55	intens personality feelings
18	E	Perempuan	23	Dewasa Awal	146	0,309091	53	intens personality feelings
19	S	Perempuan	22	Dewasa Awal	149	0,418182	54	intens personality feelings
20	A	Perempuan	21	Dewasa Awal	194	2,054545	71	borderline pathological tende
21	N	Perempuan	25	Dewasa Awal	170	1,181818	62	borderline pathological tende
22	D	Perempuan	23	Dewasa	185	1,727273	67	borderline

				Awal				phathologycal tende
23	T	Perempuan	24	Dewasa Awal	176	1,4	64	borderline phathologycal tende
24	E	Perempuan	19	Dewasa Awal	159	0,781818	58	intens personality feelings
25	M	Perempuan	20	Dewasa Awal	163	0,927273	59	intens personality feelings
26	N	Perempuan	23	Dewasa Awal	171	1,218182	62	borderline phathologycal tende
27	O	Perempuan	23	Dewasa Awal	167	1,072727	61	borderline phathologycal tende
28	S	Perempuan	21	Dewasa Awal	201	2,309091	73	borderline phathologycal tende
29	L	Perempuan	37	Dewasa Awal	142	0,163636	52	intens personality feelings
30	J	Perempuan	23	Dewasa Awal	202	2,345455	73	borderline phathologycal tende
31	N	Perempuan	18	Remaja	121	-0,6	44	intens personality feelings
32	K	Perempuan	17	Remaja	201	2,309091	73	borderline phathologycal tende
33	S	Perempuan	17	Remaja	173	1,290909	63	borderline phathologycal tende
34	K	Perempuan	17	Remaja	168	1,109091	61	borderline phathologycal tende
35	H	Perempuan	18	Remaja	170	1,181818	62	borderline phathologycal tende
36	N	Perempuan	16	Remaja	191	1,945455	69	borderline phathologycal tende
37	N	Perempuan	15	Remaja	158	0,745455	57	intens personality feelings
38	E	Perempuan	16	Remaja	192	1,981818	70	borderline phathologycal tende
39	C	Perempuan	18	Remaja	208	2,563636	76	borderline phathologycal tende
40	R	Perempuan	16	Remaja	188	1,836364	68	borderline phathologycal tende
41	I	Perempuan	18	Remaja	193	2,018182	70	borderline phathologycal tende
42	S	Perempuan	15	Remaja	157	0,709091	57	intens personality feelings
43	E	Perempuan	16	Remaja	166	1,036364	60	intens personality feelings
44	A	Perempuan	17	Remaja	143	0,2	52	intens personality feelings

45	A	Perempuan	18	Remaja	174	1,327273	63	borderline phathologycal tende
46	S	Perempuan	17	Remaja	160	0,818182	58	intens personality feelings
47	S	Perempuan	18	Remaja	186	1,763636	68	borderline phathologycal tende
48	S	Perempuan	18	Remaja	163	0,927273	59	intens personality feelings
49	F	Perempuan	16	Remaja	190	1,909091	69	borderline phathologycal tende
50	H	Perempuan	17	Remaja	187	1,8	68	borderline phathologycal tende
51	P	Perempuan	18	Remaja	177	1,436364	64	borderline phathologycal tende
52	C	Perempuan	18	Remaja	196	2,127273	71	borderline phathologycal tende
53	F	Perempuan	15	Remaja	191	1,945455	69	borderline phathologycal tende
54	S	Perempuan	17	Remaja	176	1,4	64	borderline phathologycal tende
55	U	Perempuan	17	Remaja	197	2,163636	72	borderline phathologycal tende
56	S	Perempuan	18	Remaja	202	2,345455	73	borderline phathologycal tende
57	A	Perempuan	17	Remaja	174	1,327273	63	borderline phathologycal tende
58	M	Perempuan	16	Remaja	201	2,309091	73	borderline phathologycal tende
59	U	Perempuan	17	Remaja	155	0,636364	56	intens personality feelings
60	E	Perempuan	17	Remaja	192	1,981818	70	borderline phathologycal tende

# LAMPIRAN E

## ALAT UKUR PENELITIAN

## KUISONER PENELITIAN

### A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

### B. Petunjuk

Sebelum mengisi kuisoner ini, saya akan menjelaskan terlebih dahulu bagaimana cara pengerjaannya. Kuisoner ini terdiri dari beberapa pernyataan beserta 4 pilihan jawaban. 4 pilihan jawaban tersebut terdiri dari :

1 = STS

2 = TS

3 = S

4 = SS

KETERANGAN :

STS = SANGAT TIDAK SETUJU

TS = TIDAK SETUJU

S = SETUJU

SS = SANGAT SETUJU

**SKALA CELEBRITY WORSHIP**

NO	PERNYATAAN	1	2	3	4
1	Menyukai BTS dapat membuat saya lupa sementara akan masalah hidup saya				
2	Saya merasa biasa saja melihat tingkah laku anggota BTS				
3	Menyukai BTS tidak berpengaruh bagi kehidupan saya				
4	Saya merasa terhibur dengan segala tingkah laku member BTS				
5	Saya suka mencari tahu segala sesuatu yang berhubungan dengan BTS karena itu adalah hal yang sangat menyenangkan				
6	Saya tidak peduli dengan kehidupan member BTS secara detail				
7	Saya bukanlah orang yang mau menghabiskan waktu hanya untuk mencari informasi mengenai BTS				
8	Saya merasa terdorong untuk lebih mendalami detail kehidupan pribadi para member BTS				
9	Setiap hari saya selalu menunggu informasi mengenai BTS melalui sosial media baik dari <i>instagram</i> , <i>weverse</i> , maupun <i>twitter</i>				
10	Saya tidak mengikuti akun sosial media yang berkaitan dengan BTS				
11	Saya jarang mencari informasi mengenai BTS melalui sosial media				
12	Saya mengikuti semua akun media sosial				

	yang berkaitan dengan BTS				
13	Berbicara mengenai BTS dengan orang lain hanya membuang-buang waktu				
14	Saya lebih suka menghabiskan waktu saya sendirian				
15	Saya tidak suka mengikuti grup obrolan para ARMY				
16	Saya jarang membuka grup obrolan para ARMY				
17	Saya selalu aktif dalam grup obrolan dengan sesama ARMY				
18	Saya mengikuti grup obrolan para ARMY				
19	Berkumpul dengan sesama ARMY adalah hal yang menyenangkan				
20	Saya merasa senang ketika membicarakan BTS dengan sesama ARMY				
21	Saya mengirimkan setiap informasi terbaru mengenai BTS digrup obrolan				
22	Saya senang menonton, membaca, atau mendengar segala sesuatu tentang BTS untuk menghabiskan waktu luang saya				
23	Saya tidak mengetahui informasi terbaru mengenai BTS				
24	Saya lebih suka menghabiskan waktu luang saya tanpa BTS				
25	Saya merasa senang saat lagu BTS di putar di tempat umum				
26	Saya jarang menonton video mengenai BTS				
27	Saya merasa biasa saja ketika mendengarkan lagu BTS di putar ditempat umum				

28	Saya sering menonton ulang acara-acara yang berkaitan dengan BTS				
29	Ketika BTS gagal atau kalah dalam suatu hal, saya merasa itu adalah kegagalan saya				
30	Saya merasakan kesedihan saat member BTS merasa sedih				
31	Saya merasakan kemarahan saat ada orang lain yang menjelekkkan atau menghina BTS				
32	Saya ikut bahagia ketika BTS memenangkan suatu penghargaan				
33	Ketika BTS memenangkan suatu penghargaan, saya merasa bisa saja				
34	Saya merasa biasa saja saat ada orang lain menjelekkkan atau menghina BTS				
35	Saya tidak peduli dengan apa yang terjadi terhadap BTS				
36	Ketika suatu yang buruk terjadi kepada BTS, saya merasa hal itu tidak berpengaruh kepada saya				
37	Saya lebih memilih untuk menabung dari pada membeli barang terkait BTS				
38	Saat saya memiliki banyak uang, saya lebih memilih membeli barang yang saya butuhkan				
39	Saya tidak memiliki barang yang berhubungan dengan BTS				
40	Saya rela menghabiskan uang untuk membeli tiket konser atau <i>merchandise</i> BTS				
41	Saat saya memiliki banyak uang, saya akan membeli barang-barang pribadi milik BTS				
42	Saya menyimpan foto atau barang yang				

	berhubungan dengan BTS ditempat yang sama				
43	Saya suka memakai pakaian yang sama dengan BTS				
44	Saya memiliki selera berpakaian saya sendiri				
45	Jika member BTS mencat rambutnya, saya juga akan mencat rambut saya dengan warna yang sama dengan member BTS				
46	Saya tidak mencat rambut saya				
47	Jika berbicara saya tidak menggunakan bahasa lain selain bahasa Indonesia				
48	Jika berbicara saya menambahkan bahasa Korea dalam perkataan atau ucapan saya				
49	Saya suka melakuakn <i>cover dance</i> atau pun <i>challenge dance</i> lagu BTS				
50	Saya tidak pandai melakukan gerakan <i>dance</i>				
51	Saat saya bertemu BTS secara langsung, dia pasti tahu saya adalah penggemar beratnya				
52	Jika saya menonton konser BTS, saya akan berteriak dan menangis				
53	Saat saya bertemu BTS secara langsung, saya akan pingsan				
54	Saat saya bertemu BTS secara langsung, saya merasa biasa saja				
55	Jika saya menonton konser BTS, saya merasa biasa saja				
56	BTS tidak akan mengetahui bahwa saya penggemar beratnya				
57	Saya sering menganggap member BTS sebagai pacar saya				

58	Saya tidak pernah memikirkan BTS				
59	Saya sering membayangkan member BTS sebagai pasangan hidup saya				
60	Saya tidak pernah menganggap member BTS sebagai pacar saya				
61	Saya sering memikirkan BTS meskipun saya tidak sedang tidak ingin memikirkannya				
62	Saya tidak pernah membayangkan member BTS sebagai pasangan hidup saya				
63	Jika member BTS berkencan, saya merasa biasa saja				
64	Saya tidak meanggap BTS sebagai milik saya				
65	Saya merasa BTS adalah milik saya				
66	Jika member BTS berkencan dengan wanita lain, saya merasa marah dan kecewa				
67	Saya akan melakukan apapun untuk membuat member BTS tertarik kepada saya				
68	Saya hanya menyukai BTS sewajarnya saja				
69	Saya dengan senang hati bersedia menyelamatkan BTS meskipun itu membahayakan nyawa saya				
70	Saya merasa tidak kewajiban saya untuk menyelamatkan BTS				

# LAMPIRAN F

## SURAT IZIN PENELITIAN



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223  
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122  
 Website: [www.uma.ac.id](http://www.uma.ac.id) E-Mail: [univ\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:univ_medanarea@uma.ac.id)

Nomor : 1329/FPSI/01.10/IX/2022  
 Lampiran : -  
 Hal : Riset dan Pengambilan Data

20 September 2022

Yth. Bapak/Ibu Ketua  
 Komunitas Army Medan Borahe  
 di  
 Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : **Nurul Anisa**  
 NPM : **188600079**  
 Program Studi : Ilmu Psikologi  
 Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di **Komunitas Army Medan Borahe, Jl. Rajawali No. 73 Seikambang B, Medan Sunggal** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Gambaran Celebrity Worship Pada Remaja Dan Dewasa Awal Di Fandom Army Medan"**.

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Komunitas yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

An. Dekan,  
 Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan  
 Pengabdian Kepada Masyarakat



**Laili Alifita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog**

Tembusan  
 - Mahasiswa Ybs  
 - Arsip



# LAMPIRAN G

## SURAT BALASAN PENELITIAN



**KOMUNITAS ARMY MEDAN BORAE**  
Jl. Rajawali No.73 Seikambang B, Medan Sunggal, Sumatera Utara  
Telepon 0821-4995-3085  
Instagram: @Armymedanborahe

Medan, 25 September 2022

Nomor : 11.001/KA-MB/IX/2022

Lampiran : -

Hal : **Surat Balasan Penelitian**

Kepada

Yth. Universitas Medan Area

Fakultas Psikologi

di-

Medan

Dengan Hormat,

Merujuk pada surat yang masuk kepada kami, dengan nomor surat 1392/FPSI/01.10/IX/2022 perihal permohonan izin penelitian mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Nurul Anisa

NPM : 188600079

Program Studi : Ilmu Psikologi

Fakultas : Psikologi

Telah selesai melakukan penelitian di Komunitas ARMY Medan Borahe, terhitung mulai tanggal 21 September 2022 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Gambaran *Celebrity Worship* Pada Remaja Dan Dewasa Awal Di Fandom ARMY Medan".

Dengan demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk kepentingan penelitian.

Ketua Komunitas

ARMY Medan Borahe

  
Asri Yandhidilah A.Md.Kom

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/3/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)17/3/23