

**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN  
PERILAKU IMITASI PADA REMAJA LAKI-LAKI  
PENGGEAR *K-POP* DI KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**INDRIANI FADILAH HARAHAAP**

**208600192**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN**

**2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/10/24

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)16/10/24

**HALAMAN JUDUL**

**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN PERILAKU  
IMITASI PADA REMAJA LAKI-LAKI PENGGEMAR *K-POP* DI KOTA  
MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Di Fakultas Psikologi  
Universitas Medan Area



Oleh :  
**INDRIANI FADILAH HARAHAHAP**  
**208600192**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

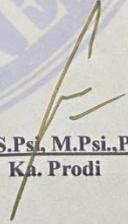
Judul Skripsi : Hubungan Antara *Celebrity Worship* Dengan Perilaku Imitasi  
Pada Remaja Laki-Laki Penggemar K-Pop Di Kota Medan

Nama : Indriani Fadilah Harahap  
NPM : 208600192  
Fakultas : Psikologi

Disetujui Seminar Hasil Oleh  
Komisi Pembimbing

  
Dr. Salamiah Sari Dewi, S.Psi, M.Psi  
Pembimbing

  
Dr. Siti Aisyah, S.Psi, M.Psi, Psikolog  
Dekan

  
Faadhil, S.Psi, M.Psi., Psikolog  
Ka. Prodi

Tanggal disetujui : 30 Agustus 2024

## HALAMAN PERNYATAAN

### HALAMAN PERNYATAAN

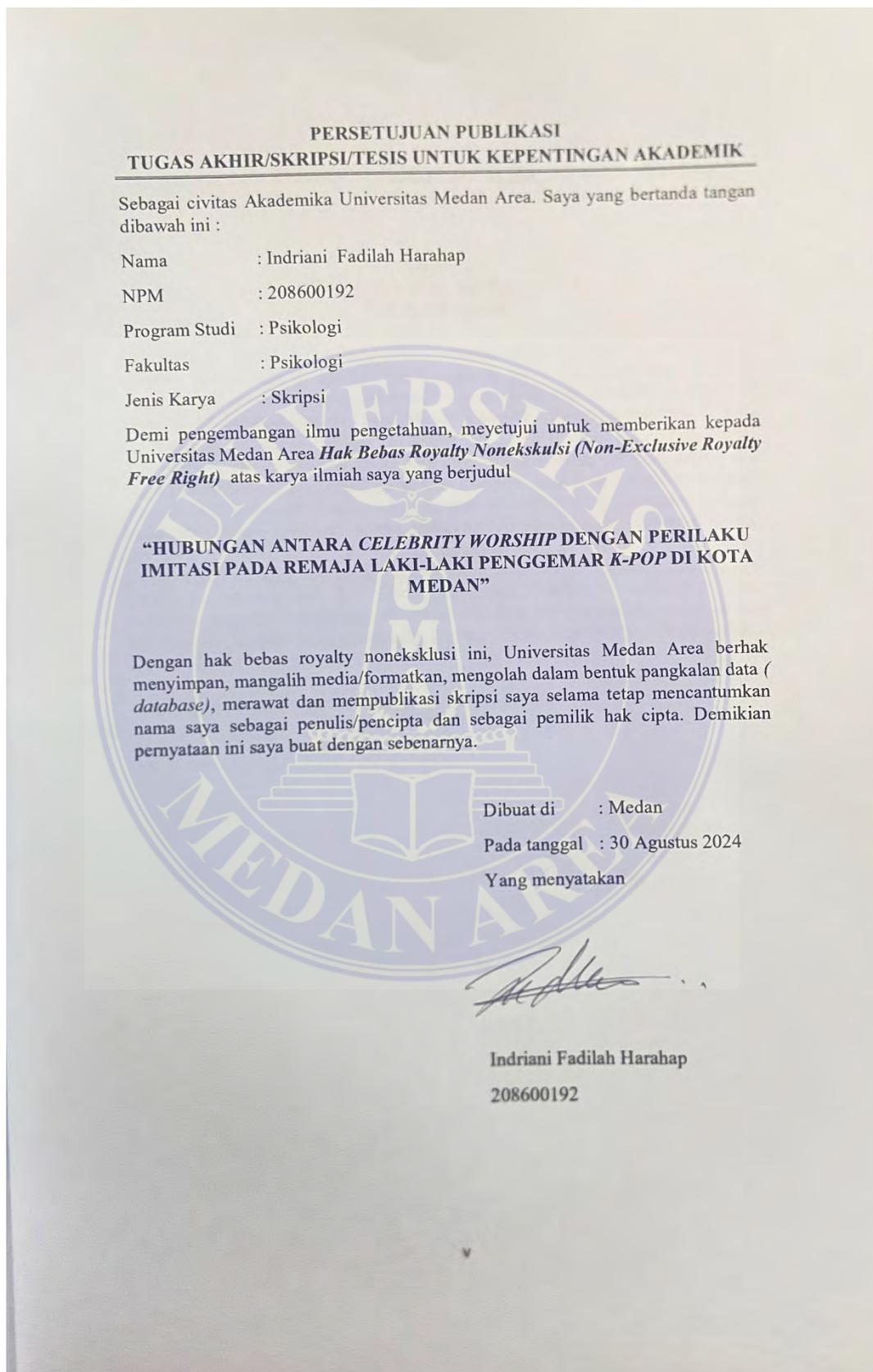
Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini

Medan, 30 Agustus 2024



Indriani Fadilah Harahap  
208600192



## ABSTRAK

### HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN PERILAKU IMITASI PADA REMAJA LAKI-LAKI PENGGEMAR *K-POP* DI KOTA MEDAN

Oleh:

Indriani Fadilah Harahap  
208600192

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara *celebrity worship* dengan perilaku imitasi pada remaja laki-laki penggemar *K-Pop* di Kota Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar *K-Pop* yang terdaftar sebagai anggota pada grup *chat* Nctzen Medan dan Moa Medan sejumlah 421 orang dan sampel yang digunakan 157 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Pengambilan data menggunakan skala perilaku imitasi dan skala *celebrity worship*. Hasil penelitian menggunakan teknik korelasi *product moment* ( $r_{xy}$ ) diketahui sebesar 0,662 dengan  $p = 0,000 < 0,05$ . Artinya, terdapat hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dengan perilaku imitasi sehingga hipotesis dapat diterima. Berdasarkan analisis data, diketahui bahwa perilaku imitasi tergolong tinggi dengan mean hipotetik  $50 < \text{mean empirik } 55,04$  selisihnya melebihi satu SD (3,542). Begitupun *celebrity worship* yang juga tergolong tinggi mean hipotetik  $55 < \text{mean empirik } 59,55$  selisihnya melebihi satu SD (3,340). Adapun besaran perilaku imitasi dipengaruhi oleh *celebrity worship* sebesar 43,8%. Sisanya 56,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci** : *Celebrity worship*, *K-Pop*, perilaku imitasi

ABSTRACT

**THE CORRELATION BETWEEN CELEBRITY WORSHIP AND  
IMITATIVE BEHAVIOR AMONG MALE ADOLESCENTS WHO ARE K-  
POP FANS IN MEDAN**

**BY:  
INDRIANI FADILAH HARAHAP  
NPM: 208600192**

*This research aimed to examine the correlation between celebrity worship and imitative behavior among male adolescents who are K-Pop fans in Medan. The population of this study consisted of K-Pop fans who were registered as members of the Nctzen Medan and Moa Medan chat groups, totaling 421 respondents, with a sample size of 157 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. Data were collected using the imitative behavior scale and the celebrity worship scale. The results of the study, using the product-moment correlation technique ( $r_{xy}$ ), showed a value of 0.662 with  $p = 0.000 < 0.05$ , indicating a significant correlation between celebrity worship and imitative behavior, thus supporting the hypothesis. Based on the data analysis, it was found that imitative behavior was classified as high, with a hypothetical mean of 50 and an empirical mean of 55.04, with a difference exceeding one standard deviation (3.542). Similarly, celebrity worship was also categorized as high, with a hypothetical mean of 55 and an empirical mean of 59.55, with a difference exceeding one standard deviation (3.340). Furthermore, it was found that 43.8% of imitative behavior was influenced by celebrity worship, while the remaining 56.2% was influenced by other factors.*

**Keywords:** *Celebrity worship, K-Pop, imitative behavior*



27/09/24

## RIWAYAT HIDUP

Indriani Fadilah harahap, lahir pada 29 maret 2003. Merupakan seorang perempuan anak ke 3 dari 4 bersaudara dari pasangan Ibrahim Ichsan Harahap dan Masitah. Penulis memiliki saudara laki-laki, Muhammad Fahmi Yusuf Harahap, dan saudari perempuan, Siti Arafah Harahap dan Rizki Moza Harahap. Pada tahun 2008 penulis masuk Sekolah Dasar Swasta Pertiwi Medan dan lulus pada tahun 2014. Di tahun yang sama, penulis masuk ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Swasta Pertiwi Medan. Lulus pada tahun 2017. Setelah itu, penulis kembali melanjutkan pendidikan di Sekolah SMA Swasta Pertiwi Medan dan lulus dengan nilai yang memuaskan pada tahun 2020. Kemudian, penulis memutuskan untuk melanjutkan perguruan tinggi di Universitas Medan Area jurusan Psikologi dan lulus di tahun 2024.

Penulis menyadari bahwa dirinya merupakan perempuan yang akan selalu berusaha mewujudkan impiannya. Skripsi ini adalah salah satu hal yang penulis perjuangkan dengan semangat dan ambisi penuh. Walaupun dalam perjalanan untuk menyelesaikannya tidak selalu berjalan dengan mulus, namun berkat doa, dukungan dan rasa percaya diri yang kuat, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Hubungan Antara *Celebrity Worship* Dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja Laki-Laki Penggemar *K-Pop* Di Kota Medan”

Penulis berterimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung. Terkhusus kepada diri sendiri yang selalu berusaha untuk bertahan sampai detik ini dan memperjuangkan kebahagiaan-kebahagian kecil dalam hidup. Terimakasih kepada diri sendiri yang sudah berani melangkah mencoba hal-hal baru dan yakin dengan keputusan yang pernah diambil. Congrats, Indri! You deserve all happiness in the world!!

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, berkat rahmat dan karunianya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Antara *Celebrity Worship* Dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja Laki-Laki Penggemar *K-Pop* di Kota Medan”, sebagai salah satu persyaratan dalam meraih gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area.

Terimakasih penulis sampaikan kepada Ibu Dr. Salamiah Sari Dewi, S.Psi, M.Psi, selaku dosen pembimbing atas bimbingannya selama ini. Terimakasih kepada orang tua, dan keluarga yang selalu memberikan *support* penuh atas keberlangsungan penulisan skripsi. Terimakasih kepada teman-teman penulis, Sintia Nadita, Pulu-pulu, dan lainnya karena saling menyemangati antara satu sama lain.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.

Indriani Fadilah Harahap

208600192

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Hipotesis Masalah .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.5.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Perilaku Imitasi .....	10
2.1.1 Pengertian Perilaku Imitasi.....	10
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi imitasi.....	11
2.1.3 Aspek Imitasi .....	16
2.1.4 Macam-macam perilaku imitasi .....	18
2.1.5 Jenis-Jenis Imitasi .....	18
2.2 <i>Celebrity Worship</i> .....	19
2.2.1 Pengertian <i>Celebrity Worship</i> .....	19
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>celebrity worship</i> .....	20
2.2.3 Aspek-aspek yang mempengaruhi <i>celebrity worship</i> .....	23
2.2.4 Ciri-Ciri <i>Celebrity Worship</i> .....	27
2.3 Remaja.....	29
2.3.1 Pengertian Remaja.....	29

2.3.2 Ciri-Ciri Remaja.....	30
2.3.4 Tugas Dan Perkembangan Remaja.....	33
2.4 Hubungan <i>Celebrity Worship</i> Dengan Perilaku Imitasi.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Waktu Dan Tempat Penelitian .....	38
3.2 Bahan dan Alat.....	38
3.2.1 Bahan Penelitian.....	38
3.2.2 Alat Penelitian.....	38
3.3 Metodologi Penelitian.....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.5 Metode Analisis Data.....	40
3.6 Populasi dan Sampel.....	41
3.6.1 Populasi.....	41
3.6.2 Sampel.....	41
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.7 Prosedur Kerja.....	42
3.7.1 Perilaku Imitasi .....	42
3.7.2 Skala <i>Celebrity Worship</i> .....	43
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Orientasi Kanchah Penelitian.....	44
4.2 Persiapan Penelitian.....	44
4.2.1 Persiapan Administrasi.....	44
4.2.2. Persiapan Alat Ukur Penelitian.....	45
4.3 Pelaksanaan Penelitian.....	50
4.4 Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	51
4.4.1 Uji Asumsi .....	52
4.4.2 Uji Hipotesis .....	53
4.4.3 Hasil Mean Hipotetik & Mean Empirik Perilaku Imitasi dan <i>Celebrity Worship</i> .....	55
4.5 Pembahasan.....	58
<b>BAB V SIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>60</b>
5.1 Simpulan .....	60
5.1.2 Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 4. 1</b> .....	46
<b>Tabel 4. 2</b> .....	47
<b>Tabel 4. 3</b> .....	48
<b>Tabel 4. 4</b> .....	49
<b>Tabel 4. 5</b> .....	50
<b>Tabel 4. 6</b> .....	52
<b>Tabel 4. 7</b> .....	53
<b>Tabel 4. 8</b> .....	54
<b>Tabel 4. 9</b> .....	56



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4. 1</b> .....	57
<b>Gambar 4. 2</b> .....	57



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	65
Lampiran 2 .....	70
Lampiran 3 .....	90
Lampiran 4 .....	101
Lampiran 5 .....	105
Lampiran 6 .....	107



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Di era revolusi industri 4.0 dan kemajuan teknologi seperti saat ini, penyebaran kebudayaan bukanlah hal yang sulit untuk didapatkan. Seperti budaya Korea yang menyebar dengan pesat di segala penjuru dunia, termasuk Indonesia. Budaya Korea dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia, seperti musik, tarian, film, drama, makanan, bahasa, dan lainnya. Fenomena demam Korea ini disebut juga sebagai *Hallyu*, dan salah satu yang sangat digemari adalah *Korean Pop* atau sering disebut *K-Pop*. Berdasarkan fenomena *Hallyu* yang telah ada, maka yang paling banyak terpengaruh untuk mengikuti trend tersebut adalah remaja, karena memungkinkan bagi remaja untuk mengeksplor jati dirinya (Wijayanti, 2012)

*K-Pop* merupakan aliran musik yang berasal dari Korea Selatan, yang didalamnya memiliki *boygroup* dan *girlgroup* dengan talenta yang luar biasa, grup idola ini dikenal memiliki kemampuan bernyanyi dan menari yang baik karena mendapatkan pelatihan sebelum resmi menjadi idola atau sering disebut dengan *trainee*. Bukan hanya kemampuan bernyanyi dan menari namun juga memiliki paras yang rupawan serta tubuh yang ideal, ditambah dengan gaya berpakaian yang unik dan keren. Hal ini yang membuat *K-Pop* sangat digemari oleh masyarakat Indonesia, khususnya golongan remaja.

Remaja berasal dari kata *adolescere* (kata Belanda, *adolescentia* yang berarti remaja), artinya berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa (Hurlock,

2009). Menurut Priyatno & Gunarsa (dalam Mighwar, 2011) menyebutkan rentangan usia masa remaja adalah antara 12-22 tahun. Semua aspek perkembangan dalam masa remaja secara global berlangsung antara umur 12-21 tahun, dengan pembagian usia 12-15 tahun adalah masa remaja awal, 15-18 tahun adalah masa remaja pertengahan, 18-21 tahun adalah masa remaja akhir (Monks, 2009)

Remaja adalah suatu masa di mana individu mengalami perubahan perkembangan psikologi yang ditandai dengan percepatan perkembangan kognitif dan konsolidasi pembentukan kepribadian (Kaplan dan Sadock, 2005). Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa anak ke dewasa. Pada tahap ini, remaja masih dalam masa perkembangan dimana masih dalam pencarian identitas dan jati diri yang akan terus berkembang seiring dengan pengalaman yang didapatkan. Masa remaja sebagai masa mencari identitas diri yang dicari remaja berupa usaha untuk menjelaskan siapa dirinya dan apa peranannya dalam masyarakat (Hurlock, 2009).

Berdasarkan penjelasan diatas, artinya remaja memiliki rasa ingin tahu yang kuat guna mencari jati diri dan berusaha untuk dapat diterima oleh lingkungannya dengan baik. Untuk itu, remaja akan mencari contoh yang dapat ia jadikan sebagai panutan. Salah satu dari berbagai contoh atau model yang dijadikan remaja untuk bereksperimen dengan peran-peran berbeda adalah selebriti. Bandura mendefinisikan belajar model sebagai kegiatan mencontoh perilaku orang lain berdasarkan apa yang disukainya (King, 2010). Karena maraknya musik *K-Pop* di Indonesia, maka remaja di Indonesia berlomba – lomba untuk dapat mengikuti tren yang ada agar *up to date*. Remaja melakukan imitasi karena tidak ingin dikatakan

tidak *up to date* oleh kalangannya dan ingin dianggap hits mengikuti tren yang ada (Kironoputro, 2016).

Walaupun *K-Pop* lebih banyak digandrungi oleh remaja perempuan, namun pada kenyataannya, remaja laki-laki juga banyak yang menyukai *K-Pop*. Terlihat dari adanya *event-event K-Pop* yang berlangsung di kota-kota besar Indonesia tidak pernah sepi dihadiri oleh remaja laki-laki, biasanya remaja laki-laki kerap kali mengikuti kompetisi *dance cover*. Dimana remaja laki-laki ini berpenampilan seolah-olah seperti grup idolanya, dengan kostum yang dibuat semirip mungkin dengan idola aslinya, *make-up*, serta aksesoris pendukung lainnya. *Cover Dance* adalah bentuk tarian yang mereproduksi koreografi artis favorit mereka. Selain koreografi, penampilan seperti kostum yang dikenakan pada saat tampil, *make-up*, serta gaya rambut sengaja dirancang sama seperti artis aslinya, *Korean Culture and Information Service* (KOCIS, 2011).

Penjelasan diatas dapat diperkuat oleh hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan dengan seorang remaja laki-laki berinisial AP berusia 18 tahun dalam *event FestiVibes Now Boarding* yang diselenggarakan oleh *KVIBES.ID* pada 7 Oktober 2023 di kota Medan. AP mengatakan jika dirinya sering diejek karena bentuk tubuhnya yang berisi dan warna kulitnya yang gelap, membuat AP merasa tidak percaya diri. AP lalu mulai tertarik dengan *K-Pop* karena sering melihat adiknya yang juga penggemar *K-Pop*. AP mulai mengikuti cara berpakaian salah satu anggota *boygroup Neo Culture Technology* (NCT) yaitu Lee Jen0. AP juga mulai merubah pola hidupnya dengan berolahraga dan makan makanan yang sehat. Tidak hanya itu, AP juga melakukan perawatan wajah dengan memakai *skincare* dan *body lotion*. Hal itu AP lakukan karena terinspirasi oleh Jen0 yang memiliki

wajah yang mulus serta tubuh yang atletis. AP juga mengatakan, dengan penampilannya yang sekarang, membuatnya lebih percaya diri dan mulai mengikuti kompetisi *dance cover* serta membuatnya merasa lebih dihargai dengan penampilannya yang sekarang.

Dari hasil observasi dan wawancara diatas dapat dilihat bahwasannya remaja cenderung akan menganut dan menginternalisasikan nilai-nilai yang ada pada idolanya tersebut kedalam dirinya. Sehingga remaja sering berperilaku seperti tokoh idealnya dengan meniru sikap maupun perilakunya dan bahkan merasa seolah-olah menjadi seperti mereka (Soetjiningsih, 2004).

Perilaku imitasi adalah proses sosial atau tindakan seseorang untuk meniru orang lain melalui sikap, penampilan, gaya hidup, bahkan apa saja yang dimiliki oleh orang lain (Sasmita, 2011). Menurut Bandura (2007) imitasi adalah perilaku yang dihasilkan ketika seseorang melihat orang lain melakukan sesuatu dan mendapatkan konsekuensi dari perilaku tersebut. Menurut Sarsito (2010) mengatakan imitasi adalah suatu proses kognisi untuk melakukan tindakan maupun aksi seperti yang telah dilakukan oleh model dengan melibatkan indera sebagai penerima rangsang dan pemasangan kemampuan persepsi untuk mengolah informasi dari rangsangan, dengan kemampuan aksi untuk melakukan gerakan motorik.

Perilaku imitasi atau meniru adalah salah satu pembelajaran yang dilakukan oleh masyarakat untuk dapat menyesuaikan tingkah lakunya sesuai dengan peran sosial yang telah dipelajarinya (Sarwono, 2002). Karena itu, remaja seringkali melakukan perilaku imitasi, karena memiliki kesamaan dengan orang yang terkenal

atau orang yang digemari membuat remaja merasa keren. Banyak remaja yang membeli pakaian yang digunakan oleh idolanya, makanan dan minuman yang dikonsumsi dan disukai idolanya, mengganti gaya serta warna rambut dan membentuk tubuh yang ideal, mulai belajar berbahasa Korea dan kegiatan lain yang berkaitan dengan idola.

Perilaku imitasi seperti ini jika sudah terjadi maka akan semakin berkembang, remaja yang semula hanya mengikuti dan mengimitasi idolanya akan berubah menjadi perilaku “memuja” karena rasa cinta dan kekekatannya pada idola. Seperti, ikut merasakan sedih ketika idolanya terkena skandal atau sakit, perasaan tidak terima jika idolanya diejek atau direndahkan oleh orang lain, ikut merasa bahagia dan merayakan hari ulang tahun idolanya, dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan kehidupan sang idola. Pengimitasian ini dapat beralih pada hal positif dan juga negatif tergantung para penggemar dalam menyikapinya (Gerungan, 2010).

*Celebrity worship* menurut Chapman (dalam Sunarni, 2016) didefinisikan sebagai sebuah perilaku obsesif adiktif terhadap selebriti dan segala sesuatu yang berhubungan dengan selebriti tersebut. *Celebrity worship* pada idola memiliki efek yang baik bagi para fans, salah satunya adalah idola menjadi inspirasi bagi fans dalam meraih mimpi dan mengembangkan kreatifitas, meniru kedisiplinan idola dalam melakukan pekerjaan dan meniru gaya hidup positif para idola (Maltby dkk, 2003). Reeves (dalam Sunarni, 2016) memaparkan bahwa *celebrity worship* juga memiliki efek yang buruk bagi penggemar yaitu menjadikan penggemar kurang percaya diri terhadap dirinya dan menghabiskan banyak waktu dan materi.

Perasaan nyaman yang didapatkan penggemar *K-Pop* dari idola menimbulkan suatu proses timbal balik bagi penggemar untuk menunjukkan rasa cinta kepada idola yang disukai. Berseberangan dengan persepsi yang berkembang di masyarakat, perilaku yang dilakukan penggemar *K-Pop* dalam mengekspresikan cinta untuk para idola kerap dianggap berlebihan dan dinilai terlalu esktrm, hingga penggemar *K-Pop* sering dianggap obsesif, posesif, dan bahkan delusi (Zahrotustianah & Puspitasari, 2016). Ekspresi cinta yang ditunjukkan penggemar *K-Pop* merupakan suatu bentuk pemujaan terhadap idola. Semakin tinggi tingkat pemujaan seseorang, maka tingkat keterlibatan dengan idola juga semakin tinggi (Darfiyanti & Putra, 2012).

*Celebrity worship* biasanya melibatkan satu atau lebih selebriti yang sangat disukai oleh individu sehingga individu seakan-akan tidak bisa terlepas dari hal-hal yang berhubungan dengan selebriti tersebut. Salah satu perilaku *celebrity worship* yang sering ditemui adalah penggemar merasa seperti memiliki ikatan dengan idola mereka sehingga dapat melakukan berbagai cara supaya menjadi lebih dekat dengan sang idola. Namun tidak jarang penggemar melakukan perilaku yang berlebihan sehingga dapat membahayakan idol tersebut (Pertiwi, 2013). Di dunia *K-pop*, istilah *sasaeng* sudah sangat familiar. *Sasaeng* berasal dari bahasa Korea, "*sa*" yang berarti pribadi atau privasi. Sedangkan "*saeng*" berarti kehidupan. Sehingga *sasaeng* adalah penggemar yang sangat terobsesi ingin mengetahui kehidupan pribadi para idol *K-pop* (Tionardus, 2020).

Seperti yang sudah dijelaskan diatas, remaja yang memiliki perilaku imitasi atau meniru idolanya, cenderung akan bersikap posesif adiktif, yang memiliki dampak yang tidak baik bagi perkembangan remaja yang sedang dalam pencarian

jati diri, remaja belum mengetahui batasan-batasan apa saja yang pantas ditiru ataupun tidak. Karena terlalu memuja ataupun mencintai idolanya, remaja bisa saja tidak mengenal dirinya sendiri dengan baik, karena fokusnya hanya untuk sang idola aja.

Hal ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Marbun Dan Azmi (2019) pada *K-Popers* kota Padang yang menunjukkan bahwa penggemar *K-Pop* memiliki keinginan untuk melakukan peniruan kepada idolanya dalam hal gaya berpakaian, potongan rambut, dan juga menggunakan bahasa Korea kepada sesama teman *K-Popers* saat berkomunikasi, serta mengoleksi barang yang sama dengan tokoh idola dan juga mengoleksi barang-barang yang juga dimiliki oleh artis idola. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan perasaan puas pada diri sendiri setelah melakukan hal yang serupa dengan idola. Santoso (2009) juga berpendapat bahwa kekaguman yang tinggi (*celebrity worship*) akan memunculkan kecenderungan serta keinginan dalam diri individu untuk bisa menjadi sama dan serupa dengan tokoh yang di idolakannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti apakah ada hubungan dari *celebrity worship* dengan perilaku imitasi yang dialami oleh remaja laki-laki yang menggemari *Korean Pop* dalam sebuah penelitian yang berjudul. Hubungan *celebrity worship* dengan perilaku imitasi pada remaja laki-laki penggemar *K-Pop*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun rumusan masalah penelitian ini adalah apakah ada hubungan *celebrity worship* dengan perilaku imitasi pada remaja laki-laki penggemar *K-Pop* di Kota Medan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris adanya hubungan *celebrity worship* dengan perilaku imitasi pada remaja laki-laki penggemar *K-Pop*.

## 1.4 Hipotesis Masalah

Berdasarkan uraian di atas peneliti dapat mengajukan hipotesis sebagai berikut “adanya pengaruh *celebrity worship* dengan perilaku imitasi pada remaja laki-laki penggemar *K-Pop*” dengan asumsi semakin tinggi *celebrity worship* yang dilakukan maka akan semakin meningkatkan perilaku imitasi . Sebaliknya, semakin rendah *celebrity worship* maka akan semakin menurun perilaku imitasi.

## 1.5 Manfaat Penelitian

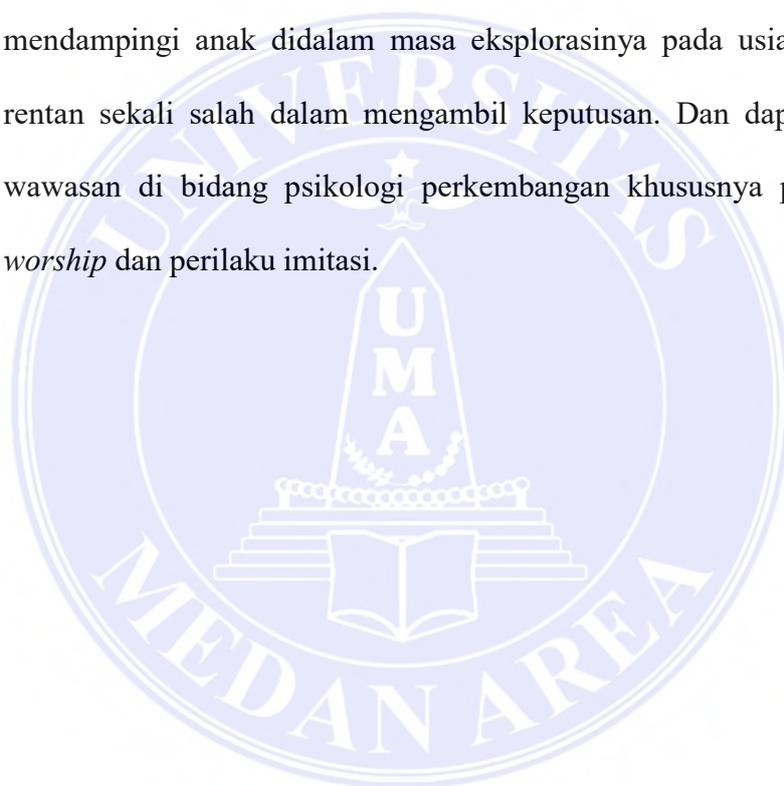
Hasil penelitian ini nantinya akan bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis.

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini secara teoritis dapat menambah dan memperluas khasanah keilmuan mengenai *celebrity worship* dan perilaku imitasi pada remaja laki-laki penggemar *K-Pop* dalam psikologi perkembangan pada umumnya dan bimbingan konseling pada khususnya.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap agar remaja khususnya remaja laki-laki dapat mengontrol perilaku *celebrity worship* dan perilaku imitasi terhadap idolanya agar dapat lebih bijak memilih apa yang pantas untuk diikuti dan tidak pantas. Diharapkan juga bagi para orang tua yang memiliki anak usia remaja untuk memperhatikan siapa panutan atau *role model* anak, serta memperhatikan perkembangan anak remaja dalam mencari jati diri dan mendampingi anak didalam masa eksplorasinya pada usia remaja yang rentan sekali salah dalam mengambil keputusan. Dan dapat menambah wawasan di bidang psikologi perkembangan khususnya pada *celebrity worship* dan perilaku imitasi.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Perilaku Imitasi

##### 2.1.1 Pengertian Perilaku Imitasi

Imitasi adalah proses sosial atau tindakan seseorang untuk meniru orang lain melalui sikap, penampilan gaya hidup, bahkan apa saja yang dimiliki oleh orang lain (Sasmita, 2011). Sarsito (2010) mengatakan imitasi adalah suatu proses kognisi untuk melakukan tindakan maupun aksi seperti yang telah dilakukan oleh model dengan melibatkan indera sebagai penerima rangsang dan pemasangan kemampuan persepsi untuk mengolah informasi dari rangsangan, dengan kemampuan aksi untuk melakukan gerakan motorik.

Imitasi secara sederhana menurut Gerungan (2015) adalah contoh-mencontoh, tiru-meniru, ikut-mengikuti. Sedangkan menurut Hergenhahn dan Olson (2009) menjelaskan bahwa imitasi merupakan sebuah hasil dari pengamatan terhadap perilaku seseorang. Ahmadi dan Supriyono (20013) mengemukakan imitasi merupakan suatu bentuk belajar dimana seseorang mengikuti kelakuan orang lain sebagai model.

Bandura (2007) yang mendefinisikan perilaku imitasi sebagai suatu perilaku yang dihasilkan dari adanya kegiatan ketika seorang individu mengamati perilaku model (orang yang menjadi subjek untuk ditiru) dalam melakukan suatu tindakan tertentu. Perilaku imitasi menurut Gerungan (2015) imitasi adalah dorongan untuk meniru orang lain. Proses imitasi diri sendiri berlangsung lebih dalam, penirunya tidak cukup sebatas aspek-aspek penampilan simbolis, tapi meliputi totalitas

kepribadiannya, termasuk hal-hal yang secara prinsipil perlu dihindari. Meniru perilaku dekstruktif berupa hedonis (pemuasan diri diluar batas). Perilaku imitasi adalah bagian dari teori *social learning* yang dikemukakan oleh Bandura.

Dari beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku imitasi merupakan suatu keinginan individu untuk menjadi orang lain.

### 2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi imitasi

Faktor-faktor mengapa seseorang berperilaku imitasi, (Slamet, 2009).

Menyatakan alasan terjadinya perilaku imitasi, yaitu :

a. Adanya tokoh idola yang dijadikan sebagai model untuk ditiru.

manusia mengidentifikasi dirinya dengan tokoh yang dia sukai sehingga memunculkan minat yang besar untuk meniru tokoh yang ia idolakan.

b. *Celebrity Worship* (Keterpesonaan atau kekaguman akan tokoh yang di idolakan)

Tingginya tingkat kekaguman akan tokoh idola melahirkan rasa keterikatan yang berlanjut menjadi tingkat pemujaan atau *celebrity worship* pada seorang individu.

Setiap orang memiliki tokoh yang dikagumi, saat manusia mulai mengidentifikasi tokoh yang di sukai, maka itu semua berasal dari kekaguman.

c. Kepuasan untuk menjadikan diri seperti tokoh yang di idolakan.

ini adalah salah satu tahap yang tinggi dalam proses peniruan, yaitu adanya gejala hedonisme (pemuasan diri diluar batas) untuk memenuhi kepuasan diri seseorang saat meniru totalitas dari tokoh yang di idolakan.

Ahmadi dan Supriyono (2013) menjelaskan bahwa kehadiran tokoh idola yang dikagumi atau diidolakan memberikan inspirasi pada seorang individu untuk

mulai melakukan pengimitasian (peniruan). Maltby dan Day (2011) menyebutkan bahwa *celebrity worship* (pemujaan selebriti) adalah salah satu bentuk nyata dari kekaguman dengan intensitas yang tidak biasa.

Menurut Sheridan, North, Maltby & Gillett (2007) *celebrity worship* merupakan sebuah perilaku obsesi yang dilakukan individu agar dapat terlibat dalam aktivitas selebritis dan membawa kebiasaan tersebut ke dalam rutinitas sehari-hari. Ketika tingkat kekaguman pada tokoh idola semakin tinggi, maka keterlibatan yang dialami oleh individu yang melakukan pengidolaan dengan selebriti idola juga akan semakin tinggi (*celebrity involvement*).

Menurut Bandura (dalam Yolanda 2019) Faktor-faktor yang mempengaruhi individu untuk melakukan perilaku imitasi antara lain, sebagai berikut :

a. *Self-control*

Untuk berperilaku secara efektif, seseorang harus bisa mengatur perilakunya sesuai dengan akibat dari peristiwa yang berbeda-beda. Tanpa kemampuan tersebut, seseorang akan bertindak secara tidak produktif, atau beresiko.

b. *Self-concept*

Tindakan *role-model* yang memiliki status lebih tinggi, memiliki kemungkinan untuk berhasil dan memiliki nilai fungsional yang lebih besar bagi pengamatnya daripada *role model* yang memiliki kemampuan intelektual, dan sosial yang lebih rendah.

### c. Lingkungan

Hampir semua proses pembelajaran yang didapat dari pengalaman langsung bisa dipelajari melalui pengamatan terhadap perilaku orang lain. Kemampuan manusia untuk belajar melalui observasi membantu dia untuk mendapatkan berbagai macam perilaku tanpa harus membentuk pola perilaku melalui proses *trial and error* (coba-coba).

### d. Adanya *reinforcement* (penguatan)

*Reinforcement* bisa berfungsi sebagai motivator individu dalam kegiatan yang dilakukan di masa depan. Proses pembelajaran yang berasal dari pengalaman langsung sebagian besar dipengaruhi oleh *reward* atau *punishment* yang mengikuti setiap tindakan. Melalui *reward* ataupun *punishment* yang akan diterima dari setiap tindakan yang dilakukan, individu bisa membuat dugaan-dugaan tentang perilaku seperti apa yang akan memberikan hasil yang menguntungkan bagi individu yang bersangkutan.

Faktor perilaku imitasi menurut Nurhayati (dalam Melvilandina, 2021), sebagai berikut:

#### a. Faktor psikologis

Untuk mengadakan imitasi atau meniru ada faktor psikologis yang berperan salah satunya adalah aspek kognitif. Yaitu bagaimana manusia memikirkan sesuatu dan melakukan interpretasi terhadap berbagai pengalaman yang diperoleh. Di samping itu aspek ini juga menjelaskan bahwa perilaku yang baru dan kompleks

dapat diciptakan dengan observasi atau melihat suatu model yang dilihatnya secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga seseorang melakukan suatu imitasi tersebut. Imitasi dapat terjadi sebagai tanggapan suatu keinginan untuk mirip dengan orang lain atau keinginan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu.

Sikap yang ditiru selama tiga tahun pertama dalam hidup, tergantung sebagian pada tingkat perkembangan kognitif anak yang menentukan perilaku apa saja yang ditangkap seorang anak sebagai suatu tantangan yang bukan tidak mungkin. Motivasi untuk mirip dengan yang lain dan tingkat timbulnya emosi yang dipengaruhi orang lain, menentukan siapa yang akan ditiru oleh anak itu, serta motivasi dalam mencapai tujuan menentukan apa saja yang akan ditiru.

#### b. Lingkungan Keluarga

Imitasi sudah berlangsung sejak individu masih kecil dan dimulai dari lingkungan keluarga. Bagi anak, lingkungan keluarga merupakan lingkungan yang paling berpengaruh, setelah itu sekolah, baru kemudian masyarakat. Keluarga adalah lingkungan terkecil yang dibangun oleh orang tua bersama anggota keluarga lainnya. Pembentukan sifat atau karakter anak berhubungan dengan sosialisasi atau suatu proses penanaman nilai dan aturan dari orang tua kepada anak. Penanaman nilai tersebut, seperti faktor yang memotivasi anak berperilaku keagamaan.

Awalnya anak melihat aktivitas yang dilakukan oleh orang tuanya. Ketika anak menyenangi hal itu maka anak akan mengimitasikan tanpa mengetahui esensi dari perbuatan yang dilakukan, sehingga timbullah motivasi anak untuk meniru. Hal itu tentu saja terjadi karena pada masa anak peniru ulung, anak telah memiliki minat dan keinginan namun belum mampu mengungkapkan minat dan keinginan

tersebut secara baik. Minat dan keinginan anak hanya dapat dilihat melalui gerak gerik dan tingkah lakunya

#### c. Media Masa

Imitasi akan terus berkembang ke lingkungan yang lebih luas, yaitu masyarakat. Imitasi dalam masyarakat semakin cepat dengan berkembangnya media masa, seperti tayangan televisi. Dalam era komunikasi dapat ditambahkan media masa sebagai faktor yang sangat berpengaruh lebih dari yang lain, karena dilihat terus menerus dan berulang-ulang. Tayangan adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, berbentuk grafik, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerimaan pesan dan siap untuk dipertunjukkan.

#### d. Interaksi Sosial dengan Teman Sebaya

Tidak hanya melalui media masa saja, namun interaksi sosial atau teman sebaya juga sangat berpengaruh dalam imitasi anak. Interaksi dengan teman sebaya dalam proses interaksi memiliki peranan penting, terutama pada imitasi dalam aspek perilaku keagamaan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa banyak sekali hal – hal yang menjadi faktor terjadinya perilaku imitasi salah satunya adalah kepuasan untuk menjadikan diri seperti tokoh yang di idolakan, ini merupakan tahap tertinggi di dalam proses peniruan atau perilaku imitasi, karena dalam tahap ini individu mulai mengalami gejala hedonisme dan merasa puas ketika dapat meniru tokoh yang idolakan secara maksimal.

### 2.1.3 Aspek Imitasi

Menurut Hergenhahn & Olson (2009) ada empat aspek yang mempengaruhi perilaku imitasi, diantaranya sebagai berikut :

#### a. Atensi (*attention*).

Pada tahap ini seseorang mengamati peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Peristiwa atau kejadian dapat saja berupa tindakan tertentu, misalnya pemikiran (abstract modelling) seperti sikap, nilai-nilai atau pandangan hidup. Seperti memperhatikan model terlebih dahulu. Dari memperhatikan model tersebut, subjek dapat melakukan perilaku yang sama dari objek yang di imitasi.

#### b. Retensi (*retention*)

Dari tahapan perhatian terhadap suatu peristiwa, seseorang akan menyimpan peristiwanya ke dalam memorinya dalam bentuk imajinasi atau lambang secara verbal sehingga menjadi ingatan (memory) yang sewaktu-waktu dapat datang kembali. Contohnya, subjek melakukan proses retensi dengan menyimpan memori mengenai model yang dilihat, kemudian disimpan dalam ingatannya.

#### c. Pembentukan Perilaku

Pada tahapan ini, seseorang akan menyatakan kembali pengalaman-pengalaman yang sebelumnya perseptual. Hasil ingatan tadi akan meningkat menjadi bentuk perilaku. Hal-hal yang telah dipelajari subjek dari model yang diimitasi akan diterjemahkan melalui tindakan atau perilaku.

#### d. Motivasi (*motivation*)

Pada tahap motivasi ini, penguatan (*reinforcement*) dapat digunakan sebagai motivator untuk merangsang dan mempertahankan perilaku agar diwujudkan secara aktual dalam kehidupan. Suatu motivasi sangat tergantung kepada penguatan (*reinforcement*) yang mendorong perilaku seseorang ke arah pemenuhan tujuan tertentu. Perilaku akan terwujud apabila ada nilai penguatan, misalnya self reinforcement adalah rasa puas diri.

Menurut Gerungan (2015), imitasi tidak terjadi secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh sikap menerima dan mengagumi terhadap apa yang diimitasi.

Gerungan (2015) juga menjelaskan ada beberapa aspek terjadinya suatu perilaku imitasi, yaitu:

1. Minat atau perhatian yang cukup besar terhadap hal yang akan diimitasi.
2. Sikap menjunjung tinggi atau mengagumi hal-hal yang diimitasi.
3. Keinginan mendapatkan penghargaan sosial yang tinggi. Seseorang akan cenderung mengimitasi suatu perilaku apabila perilaku tersebut dapat mendatangkan penghargaan sosial yang tinggi di masyarakat.

Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat empat aspek mengenai perilaku imitasi. Pertama seseorang akan mengamati hal yang menarik perhatiannya yang disebut dengan atensi. Kedua seseorang akan kembali mengingat dan memproses ingatannya kedalam bentuk perilaku atau disebut retensi. Kemudian hal tersebut diterjemahkan kedalam tindakan atau disebut dengan produksi. Lalu hal terakhir

ada motivasi yang menjadi motif atau alasan seseorang melakukan perilaku tersebut.

#### **2.1.4 Macam-macam perilaku imitasi**

Macam – macam perilaku imitasi menurut (Gerungan, 2004) dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, seperti :

- a. Gaya berbicara: Proses peniruan yang dilakukan karena memperhatikan orang yang dikagumi lewat gaya bicaranya.
- b. Gaya Berpakaian: Pada proses peniruan ini tidak hanya meliputi gaya berbicara, namun juga gaya berpakaian atau busana seseorang yang dikagumi lewat pancaindera.
- c. Cara menyatakan diri: Cara menyatakan diri meliputi beberapa aspek seperti cara memberi salam, dan kebiasaan seperti yang dilakukan orang yang di idolakan.

#### **2.1.5 Jenis-Jenis Imitasi**

Menurut (Slamet, 2009) menjelaskan bahwa Albert Bandura dalam teori pembelajaran sosial melanjutkan terdapat jenis – jenis imitasi atau peniruan, antara lain:

1. Peniruan langsung Pembelajaran langsung dikembangkan berdasarkan teori pembelajaran sosial Albert Bandura. Ciri khas pembelajaran ini adalah adanya modeling, yaitu suatu fase dimana seseorang memodelkan atau mencontohkan sesuatu melalui demonstrasi bagaimana suatu keterampilan itu dilakukan. Meniru tingkah laku yang ditunjukkan oleh model melalui proses perhatian. Contoh: meniru gaya penyanyi yang disukai.
2. Peniruan tak langsung Peniruan Tak Langsung adalah melalui imajinasi atau perhatian secara tidak langsung. Contoh: Meniru watak yang dilihat pada saat menonton drama korea, memperhatikan seorang/sekelompok artis korea pada saat bernyanyi di televisi.
3. Peniruan gabungan Peniruan jenis ini adalah dengan cara menggabungkan tingkah laku yang berlainan yaitu peniruan langsung dan tidak langsung. Contoh: Remaja meniru gaya artis korea tersebut berbicara dan bertingkah laku dan

meninggalkan identitas aslinya. Yang terkadang tidak sesuai dengan budaya yang ada.

4. Peniruan Sesaat / seketika Tingkah laku yang ditiru hanya sesuai untuk situasi tertentu saja. Contoh: Meniru GayaPakaian di TV, tetapi tidak boleh dipakai di sekolah.

5. Peniruan Berkelanjutan Tingkah laku yang ditiru boleh ditonjolkan dalam situasi apapun. Contoh: Remajameniru gaya bahasa artis korea yang diidolaknya.

## **2.2 Celebrity Worship**

### **2.2.1 Pengertian *Celebrity Worship***

*Celebrity worship* adalah perilaku obsesi individu untuk terlalu terlibat di setiap kehidupan selebriti, sehingga terbawa dalam kehidupan sehari-hari individu tersebut. *Celebrity worship* dipengaruhi oleh kebiasaan seperti melihat, mendengar, membaca dan mempelajari tentang kehidupan selebriti secara berlebihan hingga menimbulkan sifat empati, identifikasi, obsesi, dan asosiasi yang menimbulkan konformitas (Maltby dkk , 2003).

McCutcheon dkk (Frederika, Suprpto & Tanojo, 2015) menyatakan bahwa *celebrity worship* adalah hubungan satu arah yang terjadi pada seseorang dengan artis idolanya yang dimana seseorang menjadi terobsesi terhadap selebriti. Menurut Chapman (2015) *Celebrity Worship* merupakan sindrom perilaku obsesif dan adiktif pada segala hal yang berhubungan dengan selebriti yang dikagumi. Semakin tinggi tingkat individu dalam mengagumi idolanya, maka semakin tinggi juga keterlibatan individu tersebut dengan selebriti yang diidolakan (*celebrity involvement*).

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *celebrity worship* merupakan perilaku obsesif yang dilakukan individu dalam mengagumi tokoh idolanya, sehingga perilaku tersebut dapat dikatakan sebagai “pemujaan” karena rasa kagum yang berlebihan.

### 2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi *celebrity worship*

Menurut Maltby dkk (2003) faktor-faktor yang mempengaruhi *celebrity worship* adalah sebagai berikut :

#### a. Umur

Puncak *celebrity worship* berada pada masa remaja antara umur 11 tahun hingga 17 tahun dan semakin berkurang setelah umur tersebut.

#### b. Keterampilan sosial

keterampilan sosial yang buruk adalah penyebab semakin tingginya tingkat *celebrity worship*, dimana kekaguman terhadap idola sebagai pengisi kekosongan hati para remaja.

#### c. 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.

#### d. 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.

Menurut Brooks (2021) terdapat berbagai macam faktor terkait dengan *celebrity worship*, antara lain:

a. Faktor demografis

Faktor demografi adalah faktor-faktor yang terdapat dalam struktur penduduk dan perkembangannya, seperti jenis kelamin, kelompok umur, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, status pernikahan dan sebagainya (Hanum, 2000).

b. Faktor kepribadian

Kepribadian merupakan kekhasan sifat dan kecenderungan cara berperilaku yang diperlihatkan oleh individu dalam kehidupannya sehari-hari. Cara berperilaku dimaksud melingkupi cara individu berperasaan, berfikir serta bertindak dalam lingkungan sosialnya. misalnya dimensi model *psikotisme ekstraversi-neurotisisme* dan *materialism*

c. Religiusitas

Suatu gambaran keadaan dalam diri seseorang yang mendorongnya bertingkah laku (baik tingkah laku yang tampak maupun tak tampak), bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran – ajaran agama yang dianutnya.

d. Faktor perilaku dan kognitif-perilaku

Kognitif-perilaku merupakan pencampuran dari strategi perilaku dan proses kognitif yang bertujuan untuk mencapai perubahan kognisi dan perilaku manusia. misalnya kecenderungan fantasi, perilaku obsesif

d. Perasaan tentang diri atau dunia

misalnya *self-esteem*, narsisme

e. Faktor kognitif

merupakan semua kegiatan mental yang membuat suatu individu mampu menghubungkan, menilai, dan mempertimbangkan suatu peristiwa, sebagai akibatnya individu tersebut menerima pengetahuan setelahnya. misalnya fleksibilitas kognitif, berpikir kritis

f. Hubungan dengan orang lain

Menjalin hubungan yang bermakna dengan orang lain merupakan kunci utama untuk meningkatkan kualitas hidup. Dukungan emosional, kebahagiaan, kesehatan fisik dan mental yang lebih baik, serta rasa makna dalam hidup adalah beberapa manfaat yang bisa diperoleh dari hubungan yang bermakna. misalnya gaya keterikatan, gaya hubungan *romantic*

g. Sikap terhadap tubuh, makan, dan bedah kosmetik

Ketidakpuasan terhadap tubuh berimbas pada mengidolakan tubuh yang sempurna pada selebriti dan juga berakibat pola makan untuk mencapai tubuh ideal. Citra tubuh yang ideal ini yang kemudian membenarkan tindakan bedah plastik untuk menjadi seperti idola yang disukainya.

h. Kesejahteraan psikologis

faktor psikologis ketika dikaitkan dengan aspek hiburan dan sosial maka *celebrity worship* dilihat sebagai kepuasan hidup

Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *celebrity worship* dapat dilihat dari usia, keterampilan sosial, jenis kelamin, ras dan etnis.

### 2.2.3 Aspek-aspek yang mempengaruhi *celebrity worship*

Adapun menurut Sheridan dkk. (2007) *celebrity worship* dibagi menjadi tiga aspek, yaitu *entertainment social*, *intensepersonal feeling*, serta *borderline-pathological*. McCutcheon, Lange dan Houran (2002) menjelaskan bahwa aspek dari *celebrity worship* bersifat undimensional yang tersusun atas tiga tingkatan berbeda yang masing-masing aspeknya bisa berdiri sendiri yang terdiri dari bentuk non patologis (*entertainment social dan intensepersonal feeling*) serta bentuk patologis (*borderline-pathological*).

Sheridan dkk. (2007) menjelaskan bahwa aitem yang digunakan dalam pengukuran *celebrity worship* menggunakan *Celebrity Worship Scale (CWS)* yang terdiri dari tiga aspek tersebut memiliki perbedaan yang mencolok pada masing-masing aspeknya.

#### 1. *Entertainment Social*

Pada aspek pertama yang merupakan tingkatan terendah yakni *entertainment social* digambarkan dengan adanya perilaku saling mendiskusikan bersama dengan teman-teman terkait apa yang selebriti idola lakukan. *Entertainment-social* mencerminkan ketertarikan terhadap idola yang didasarkan kemampuan mereka untuk menghibur. Pada tingkat ini penggemar tertarik untuk mendapatkan informasi terbaru selebriti, termasuk kehidupan pribadinya.

Penggemar senang membicarakan selebriti idola mereka sebagai wujud ketertarikan mereka terhadap kemampuan yang dimiliki oleh selebriti tersebut.

Pada tipe ini Maltby dkk (2003) mencirikan perilaku penggemar terhadap idola, sebagai berikut:

- a. Penggemar merasa tertarik untuk mendapatkan informasi lebih banyak mengenai idolanya. Penggemar *K-Pop* mencari informasi mengenai idola yang disukainya melalui media sosial seperti twitter, snapchat, instagram ataupun melalui media cetak seperti majalah remaja.
- b. 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.
- c. 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.
- d. 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.

## 2. *Intensepersonal Feeling*

Pada aspek kedua yang merupakan tingkatan menengah yakni *intensepersonal feeling* digambarkan dengan adanya perilaku melibatkan perasaan

dengan selebriti idolanya. Pada tingkat ini penggemar memiliki obsesi terhadap segala hal yang berhubungan dengan selebirti idolanya. Penggemar tergolong impulsif dan kompulsif terhadap segala hal yang berhubungan dengan selebriti idolanya.

Pada tipe ini Maltby dkk (2003) mencirikan perilaku fans terhadap idola, sebagai berikut:

a. 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.

b. 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.

### 3. *Borderline-Pathological*

Pada aspek ketiga yang merupakan tingkat *celebrity worship* paling ekstrem yakni *borderline-pathological* digambarkan dengan adanya perilaku ilegal dan berbahaya yang dilakukan pada selebriti idolanya.

Menurut Maltby (2006), tipe ini ditandai dengan ciri-ciri perilaku fans terhadap idola sebagai berikut:

- a. Penggemar memiliki perilaku dan fantasi tidak terkontrol terhadap idola yang disukai. Penggemar juga kerap berkhayal bahwa idolanya sebagai pacar atau suami.
- b. Penggemar kerap berperilaku obsesif terhadap idolanya. Penggemar menganggap idolanya adalah miliknya dan tidak ada yang bisa merebut idola tersebut darinya.
- c. 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.

Menurut Bandura (dalam, Putri 2021) ada variabel lain yang mempengaruhi terjadinya proses belajar imitasi, yakni proses atensional, proses retensi, proses produksi, dan proses motivasional. Bandura juga menyampaikan adanya determinisme resiprokal, yaitu interaksi atau hubungan antara orang, lingkungan, dan perilaku orang lain untuk menghasilkan perilaku selanjutnya.

Terakhir Maltby, Houran dan McCutcheon (2003) mempertegas bahwa aspek *celebrity worship* bersifat *undimensional* dengan tiga tingkatan dan dapat berdiri sendiri tanpa harus memenuhi ketiga aspek agar dapat disebut sebagai *celebrity worship*.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa imitasi terjadi karena adanya proses atensional, proses retensi, proses produksi, dan proses motivasional dan aspek pertama yang merupakan tingkatan terendah yaitu *entertainment social*, Aspek kedua merupakan tingkatan menengah yaitu

*intensepersonal feeling* dan aspek ketiga yang merupakan tingkat *celebrity worship* paling ekstrem yakni *borderline-pathological* digambarkan dengan adanya perilaku ilegal dan berbahaya yang dilakukan pada selebriti idolanya.

#### 2.2.4 Ciri-Ciri *Celebrity Worship*

Ciri-ciri celebrity worship menurut Maltby, Giles, Barber, & Mc Cutcheon (dalam Ayu, dkk, 2020) yaitu :

- a. Penggemar merasa tertarik untuk mendapatkan informasi lebih banyak mengenai idolanya. Penggemar *K-Pop* mencari informasi mengenai idola yang disukainya melalui media sosial seperti twitter, snapchat, instagram ataupun melalui media cetak seperti majalah remaja.
- b. Penggemar senang membicarakan idola mereka kepada temantemannya, terutama jika teman-temannya juga penggemar *K-Pop*. Sesama penggemar *KPop* akan selalu membicarakan mengenai album sampai berita terbaru mengenai idolanya.
- c. Penggemar *K-Pop* akan saling bertukar informasi kepada temantemannya. 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.
- d. 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.
- e. Penggemar memiliki perilaku dan fantasi tidak terkontrol terhadap idola yang disukai. Penggemar juga kerap berkhayal bahwa idolanya sebagai pacar atau suami.

f. Penggemar kerap berperilaku obsesif terhadap idolanya. Penggemar menganggap idolanya adalah miliknya dan tidak ada yang bisa merebut idola tersebut darinya.

g. Penggemat 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.

h. 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.

i. 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.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa individu dengan *celebrity worship* akan merasa tertarik mendapatkan informasi lebih banyak mengenai idolanya, membicarakan idola kepada teman-temannya, berperilaku obsesif terhadap idolanya, histeris apabila melihat ataupun mendengar nama idolanya, mampu merasakan apa yang dirasakan sang idola, meniru apapun yang ada pada sang idola.

## 2.3 Remaja

### 2.3.1 Pengertian Remaja

Remaja dalam bahasa aslinya disebut *adolescence*, yang berasal dari bahasa Latin *adolescere* yang artinya “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan”. Masa remaja merupakan masa peralihan anak menjadi dewasa, dimana pada masa ini remaja akan mengalami banyak perubahan seperti perubahan fisik, psikologis, dan sosial.

Menurut Hurlock (2000) remaja sebetulnya tidak mempunyai tempat yang jelas. Ia tidak termasuk golongan anak, tetapi ia tidak pula termasuk golongan orang dewasa atau golongan tua, posisinya ada di antara anak dan orang dewasa. Remaja masih belum mampu untuk menguasai fungsi-fungsi fisik maupun psikisnya. Menurut Zulkifli (2005) pada masa ini mereka mengalami banyak perubahan pada psikis dan fisiknya. Mereka penuh mengalami gejolak emosi dan tekanan jiwa sehingga mudah menyimpang dari aturan dan norma-norma sosial yang berlaku di kalangan masyarakat.

Menurut Turner dan Helms (2016) menyatakan bahwa masa remaja sebagai suatu masa dimana terjadi perubahan besar yang memberikan suatu tantangan pada individu remaja untuk dapat menyesuaikan dirinya dengan lingkungannya dan mampu mengatasi perubahan fisik dan seksual yang sedang dialaminya, juga sedang mengalami apa yang di namakan proses pencarian identitas diri dan berusaha membangun suatu hubungan interaksi yang sifatnya baru. Sedangkan menurut Piaget (2016) mendefinisikan remaja secara psikologis adalah usia dimana anak merasa pada tingkatan yang sama dengan orang-orang yang lebih tua.

Dari penjelasan beberapa teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa remaja merupakan masa transisi yang dialami oleh anak untuk menjadi dewasa, dimana remaja mengalami perubahan baik psikis, fisik dan sosialnya. Pada masa ini remaja merasa bahwa dirinya bukan lagi anak-anak yang dapat diatur oleh orang yang lebih tua melainkan merasa bahwa dirinya setara dengan orang dewasa, perkembangan psikis remaja belum matang sempurna seperti orang dewasa yang membuat remaja sering mencoba hal-hal baru yang tidak dapat dilakukan semasa anak-anak, dan dalam hal ini remaja sering melakukan kesalahan dalam mengambil keputusan.

### 2.3.2 Ciri-Ciri Remaja

Pada masa peralihan dari anak menjadi dewasa, remaja mengalami perubahan ciri-ciri tertentu yang membedakan periode sekarang dengan sebelumnya. Hurlock (2000) menjelaskan ciri-ciri tersebut:

#### 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.

e. Masa remaja sebagai mencari identitas.

Pada 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 dan 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 remaja sebagai masa yang tidak realistik.

Remaja cenderung memandang dirinya sendiri dan orang lain sebagai mana yang di inginkan dan bukan sebagaimana adanya, terlebih dalam hal cita-cita. Cita-cita yang tidak realistis ini, tidak hanya bagi dirinya sendiri tetapi juga bagi keluarga dan teman-temannya, menyebabkan meningginya emosi yang merupakan ciri dari awal masa remaja.

h. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa.

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

Selanjutnya, Jahja (2011) mengemukakan bahwa masa remaja adalah suatu masa perubahan. Ada beberapa perubahan yang terjadi selama masa remaja yang sekaligus sebagai ciri-ciri masa remaja yaitu :

Peningkatan emosional yang terjadi secara cepat pada masa remaja awal yang dikenal sebagai masa storm & stress. Peningkatan emosional ini merupakan hasil dari perubahan fisik terutama hormon yang terjadi pada masa remaja. Dari segi kondisi sosial, peningkatan emosi ini merupakan tanda bahwa remaja berada dalam kondisi baru yang berbeda dari masa-masa yang sebelumnya. Pada fase ini banyak tuntutan dan tekanan yang ditujukan kepada remaja, misalnya mereka diharapkan untuk tidak lagi bertingkah laku seperti anak-anak, mereka harus lebih mandiri, dan bertanggung jawab. Kemandirian dan tanggung jawab ini akan terbentuk seiring berjalannya waktu, dan akan tampak jelas pada remaja akhir yang duduk di awal-awal masa kuliah di Perguruan Tinggi.

Perubahan yang cepat secara fisik juga disertai dengan kematangan seksual. Terkadang perubahan ini membuat remaja merasa tidak yakin akan diri dan kemampuan mereka sendiri. Perubahan fisik yang terjadi secara cepat, baik perubahan internal seperti sistem sirkulasi, pencernaan, dan sistem respirasi maupun perubahan eksternal seperti tinggi badan, berat badan, dan proporsi tubuh sangat berpengaruh terhadap konsep diri remaja.

Perubahan dalam hal yang menarik bagi dirinya dan hubungannya dengan orang lain. Selama masa remaja banyak hal-hal yang menarik bagi dirinya dibawa dari masa kanak-kanak digantikan dengan hal menarik yang baru dan lebih matang. Hal ini juga dikarenakan adanya tanggung jawab yang lebih besar pada masa remaja, maka remaja diharapkan untuk dapat mengarahkan ketertarikan mereka pada hal-hal yang lebih penting. Perubahan juga terjadi dalam hubungannya dengan orang lain. Remaja tidak lagi berhubungan hanya dengan individu dari jenis kelamin yang sama, tetapi juga dengan lawan jenis, dan dengan orang dewasa.

Perubahan nilai, dimana apa yang mereka anggap penting pada masa kanak-kanak menjadi kurang penting, karena telah mendekati dewasa.

Remaja bersikap ambivalen dalam menghadapi perubahan yang terjadi. Di satu sisi mereka menginginkan kebebasan, tetapi di sisi lain mereka takut akan tanggung jawab yang menyertai kebebasan itu, serta meragukan kemampuan mereka sendiri untuk memikul tanggung jawab itu.

Dari penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa masa remaja merupakan masa yang sangat penting untuk menuju proses pendewasaan seseorang. Karena dalam periode ini, individu akan banyak sekali mengalami perubahan dalam mencari jati diri.

### **2.3.4 Tugas Dan Perkembangan Remaja**

Adapun tugas-tugas perkembangan remaja menurut Hurlock (2000) adalah:

- 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 perubahan 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 karir dan ekonomi.
- g. Mempersiapkan perkawinan dan keluarga.
- h. Menumbuhkan peringkat nilai dan sistem etika sebagai pegangan untuk berperilaku mengembangkan ideologi.

Banyaknya tugas dan perkembangan yang harus dilalui oleh remaja, membuat remaja harus terus mendapat pengarahan dan pendampingan dari orang tua dan lingkungannya agar proses menuju masa dewasa akan berjalan dengan baik dan remaja tumbuh menjadi orang dewasa yang matang dari segi fisik, psikis, maupun sosialnya.

#### **2.4 Hubungan *Celebrity Worship* Dengan Perilaku Imitasi**

*Celebrity worship* merupakan suatu kebiasaan yang dipengaruhi dengan cara melihat, mendengar, membaca dan mempelajari kehidupan selebriti dengan cara yang berlebihan sehingga menimbulkan sifat empati, identifikasi, obsesi dan asosiasi yang dapat menimbulkan konformitas (Maltby dkk , 2003). Hal ini berarti apabila seorang individu melakukan *celebrity worship* atau yang sering disebut sebagai pemujaan selebriti, maka akan ada keterikatan antara individu tersebut dengan tokoh yang diidolakannya.

Seperti yang sudah kemukakan oleh Chapman (dalam Sunarni, 2016) *Celebrity Worship* merupakan perilaku obsesif dan adiktif pada segala hal yang berhubungan dengan selebriti yang dikagumi. Semakin tinggi tingkat individu dalam mengagumi idolanya, maka semakin tinggi juga keterlibatan individu tersebut dengan selebriti yang diidolakan (*celebrity involvement*). Keterlibatan individu dalam mengidolakan selebriti banyak ditandai dengan cara meniru atau mengimitasi selebriti tersebut. Seperti meniru gaya berpakaian, gaya bicara hingga meniru hal-hal yang disukai oleh idolanya, contohnya makanan favorit, musik, dan warna kesukaan.

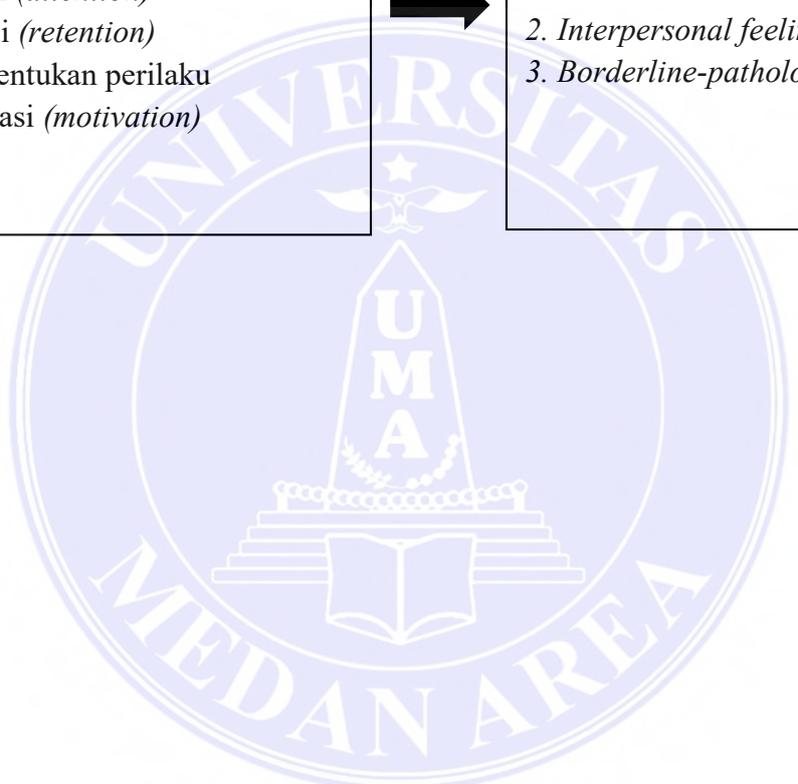
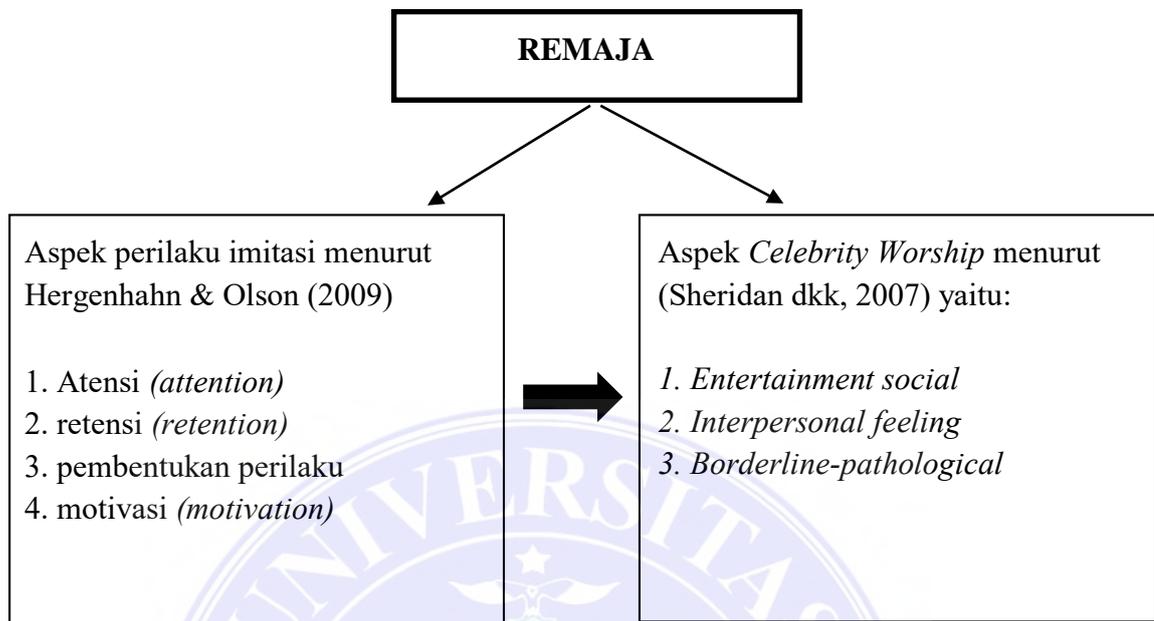
Usia remaja merupakan fase untuk mencari jati diri dan identitas, Karena itu remaja mulai mencari tokoh-tokoh yang mereka sukai untuk dijadikan acuan dan sebagai inspirasi. Tokoh yang disukai oleh para remaja sangat beragam, mulai dari pemain film, penyanyi, tokoh fiksi, sampai dengan artis *K-pop* yang berasal dari Korea Selatan. Tidak hanya dianggap keren, artis *K-pop* banyak disukai remaja karena membawa suasana yang *trendy* dan *fresh* membuat remaja tertarik untuk mengikutinya.

Perilaku mengimitasi ataupun meniru merupakan proses mencontoh sesuatu yang berupa fisik maupun non fisik. Remaja yang sering mengikuti *K-Pop* secara terus menerus akan memiliki kemungkinan untuk meniru idolanya. Namun, perilaku imitasi tidak selalu bersifat positif, perilaku imitasi dapat membawa dampak yang negatif apabila remaja tidak dapat memahami batasan batasan dalam menyukai sesuatu, hal ini akan menyebabkan sifat pemujaan pada idola yang mereka sukai atau yang sering disebut dengan *celebrity worship*.

Sejalan dengan penjelasan diatas, penelitian yang dilakukan Sherly (2019) yang berjudul Hubungan Antara *Celebrity Worship* Dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja didapat hasil bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,635 mempunyai tanda positif di depannya. Jika koefisien korelasi memiliki tanda positif (+) maka korelasi menunjukkan adanya hubungan yang searah. Pada penelitian ini terdapat nilai koefisien korelasi dengan tanda positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah. Semakin tinggi tingkat *celebrity worship* pada remaja maka semakin tinggi mempengaruhi perilaku imitasi pada remaja dalam kehidupan sehari-hari.



### 2.4.1 Kerangka Konseptual



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Waktu Dan Tempat Penelitian

##### 3.1.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 10 Juni sampai 25 Juni 2024 di Komunitas NCZen Medan dan tanggal 12 Juni sampai 23 Juni 2024 di Komunitas MOA Medan. Pengambilan sampel disesuaikan dengan kriteria dari penelitian.

##### 3.1.2 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Komunitas NCTZen Medan dan Komunitas MOA Medan.

#### 3.2 Bahan dan Alat

##### 3.2.1 Bahan Penelitian

Pada pelaksanaan penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner yang disebar secara *online* melalui *Google Form*. Kemudian data diuji dengan menggunakan *software* SPSS 25.0

##### 3.2.2 Alat Penelitian

Adapun alat yang digunakan dalam melakukan penelitian ini meliputi perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*) yang terdiri dari :

- a. Laptop Acer Aspire ES 14 yang digunakan sebagai alat untuk menyimpan data-data yang diperlukan serta untuk mencari informasi yang dibutuhkan.
- b. Printer Epson L3210 yang digunakan sebagai alat untuk mencetak data data dari komputer atau laptop.

### 3.3 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Creswell (2019) menyatakan penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel yang diukur dengan menggunakan sebuah instrumen sehingga data yang diperoleh berupa angka-angka yang dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.

Rancangan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian yang bersifat korelasional. Azwar (2017), penelitian korelasional bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain, berdasarkan koefisien korelasi. Tujuan menggunakan korelasional adalah untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dimana variabel bebas (X) adalah *celebrity worship* dan variabel terikat (Y) adalah perilaku imitasi.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini mengacu pada model Skala Likert dengan menggunakan skala *celebrity worship* dan perilaku imitasi. Skala *celebrity worship* disusun berdasarkan aspek-aspek *celebrity worship* yang diungkapkan oleh Sheridan, dkk (2007) *entertainment social, intempersonal-feeling dan borderline-pathological*. Sedangkan skala perilaku disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku imitasi yang diungkapkan oleh Hergenhahn & Oslo (2009), yakni atensi, retensi, pembentukan perilaku, dan motivasi.

Untuk penelitian ini, Skala Likert yang digunakan bersifat *favourable* dan *unfavourable*. Setiap aitem memiliki empat tingkat jawaban yang terdiri dari

“Sangat Setuju (SS)”, “Setuju (S)”, “Tidak Setuju (TS)”, dan “Sangat Tidak Setuju (STS)”. Aitem yang bersifat *favourable* bernilai 4-3-2-1 dan aitem yang bersifat *unfavourable* bernilai 1-2-3-4.

#### a. Validitas

Menurut Sugiharto dan Sitinjak (2006), validitas harus dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang akan diukur. Suatu *instrument* yang valid akan memiliki validitas yang tinggi. Sebaliknya, *instrument* yang tidak valid akan memiliki validitas rendah.

#### b. Reliabilitas

Sugiharto (2006 dalam Musrifah Mardiani Sanaky et al., 2021) menyatakan bahwa reliabilitas digunakan untuk memperoleh informasi bahwa *instrument* yang digunakan mampu mengungkapkan informasi. Reliabilitas akan diuji menggunakan Teknik *Alpha Cronbach*.

### 3.5 Metode Analisis Data

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data dari sampel penelitian yang merupakan populasi yang berdistribusi normal atau tidak (Noor, 2011). Uji normalitas ini menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov Test* yang dapat dilihat pada program SPSS. Data akan dinyatakan memiliki distribusi normal apabila data tersebut memiliki taraf signifikansi ( $p$ ) lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ). Namun sebaliknya, jika taraf signifikansi ( $p$ ) lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ) maka, sebaran data tersebut tidak berdistribusi normal tidak normal (Santoso, 2010).

## b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Variabel satu dengan variabel lainnya (Noor, 2011). Untuk mengetahui linearitas hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah jika signifikansi  $> 0,05$  maka hubungannya linier, jika signifikansi  $< 0,05$  maka hubungan tidak linier.

## 3.6 Populasi dan Sampel

### 3.6.1 Populasi

Populasi penelitian adalah keseluruhan subjek yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuhan, gejala-gejala, atau peristiwa-peristiwa yang terjadi sebagai sumber menurut Nawawi (dalam Taniredja & Mustafidah 2014).

Populasi dalam penelitian ini adalah 421 orang. 317 orang terdaftar sebagai anggota grup *chat whatsapp fanbase NCTzen (fanbase boygroup NCT)* Medan dan 104 orang terdaftar sebagai anggota grup *chat whatsapp fanbase MOA Medan (Fanbase boygroup TXT)*.

### 3.6.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Dalam hal ini, didapatkan sampel penelitian sebanyak 157 orang yang bersedia menjadi subjek penelitian dan memenuhi kriteria.

### 3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu dengan metode *purposive sampling*. Sugiyono (2015), sampel purposif adalah teknik penentuan sampel sesuai dalam kriteria yang ada pada populasi penelitian.

Sampel yang menjadi kriteria dalam penelitian ini adalah laki-laki pada rentang usia remaja akhir (18-21 tahun) yang bergabung sebagai anggota di komunitas NCTZen Medan dan MOA Medan.

### 3.7 Prosedur Kerja

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala. Dengan skala, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka dan lebih akurat, efisien serta komunikatif (Sugiyono, 2015). Penelitian ini menggunakan skala *Likert* yang telah dimodifikasi dan berisikan pernyataan-pernyataan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial yang ada (Sugiyono, 2015).

Adapun penggunaan skala pada penelitian ini adalah skala perilaku imitasi dan skala *celebrity worship*.

#### 3.7.1 Perilaku Imitasi

Skala yang digunakan dalam penelitian ini disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku imitasi Menurut Hergenhahn & Olson (2009) yang terdiri dari 4 aspek yaitu : Atensi (*attention*), Retensi (*retention*), Pembentukan Perilaku dan Motivasi (*motivation*). Setelah itu, peneliti melakukan adaptasi agar sesuai dengan tujuan penelitian dengan menyusun 26 item dalam bentuk Skala *Likert*. Setiap item pertanyaan dibagi menjadi dua kategori, yaitu item yang menggambarkan *favorable* dan item yang *unfavorable*.

Pilihan jawaban yang disediakan terdiri dari empat opsi. Untuk item *favorable*, penilaiannya adalah angka 4 menunjukkan sangat setuju (ss), angka 3 menunjukkan setuju (s), angka 2 menunjukkan tidak setuju (ts), dan angka 1

menunjukkan sangat tidak setuju (sts). Sebaliknya, untuk item *unfavorable*, penilaiannya adalah angka 1 menunjukkan sangat setuju (ss), angka 2 menunjukkan setuju (s), angka 3 menunjukkan tidak setuju (ts), dan angka 4 menunjukkan sangat tidak setuju (sts).

### 3.7.2 Skala *Celebrity Worship*

Skala yang digunakan dalam penelitian ini disusun berdasarkan aspek-aspek *celebrity worship* Sheridan, dkk (2007) yaitu, *Entertainment-social*, *intense personal feeling*, dan *borderline pathological*. Setelah itu, peneliti melakukan adaptasi agar sesuai dengan tujuan penelitian dengan menyusun 30 item dalam bentuk Skala *Likert*. Setiap item pertanyaan dibagi menjadi dua kategori, yaitu item yang menggambarkan *favorable* dan item yang *unfavorable*.

Pilihan jawaban yang disediakan terdiri dari empat opsi. Untuk item *favorable*, penilaiannya adalah angka 4 menunjukkan sangat setuju (ss), angka 3 menunjukkan setuju (s), angka 2 menunjukkan tidak setuju (ts), dan angka 1 menunjukkan sangat tidak setuju (sts). Sebaliknya, untuk item *unfavorable*, penilaiannya adalah angka 1 menunjukkan sangat setuju (ss), angka 2 menunjukkan setuju (s), angka 3 menunjukkan tidak setuju (ts), dan angka 4 menunjukkan sangat tidak setuju (sts).

## BAB V

### SIMPULAN & SARAN

Bagian akhir bab akan menguraikan rangkuman dan rekomendasi yang diperoleh dalam konteks penelitian ini. Pertama, penulis akan mengulas inti yang dapat diambil dari hasil penelitian ini. Lalu, peneliti memberikan saran yang kiranya berguna bagi pihak yang terlibat.

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan dari korelasi *Product Moment Pearson*, dapat diambil kesimpulan adanya hubungan positif antara *celebrity worship* dengan *perilaku imitasi*, dengan koefisien ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,662 dan nilai signifikansi  $p$  senilai  $0,000 < 0,05$ . Hal ini mengindikasikan hipotesis diterima, bahwa semakin tinggi *celebrity worship*, maka semakin tinggi perilaku imitasi pada seseorang. Sebaliknya, makin rendah *celebrity worship*, maka makin rendah perilaku imitasi pada seseorang.
2. Nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,438. Nilai ini mengindikasikan bahwa *perilaku imitasi* dipengaruhi oleh *celebrity worship* sebesar 43,8%. Sisanya, sebesar 56,2%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
3. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *perilaku imitasi* pada remaja laki-laki penggemar *K-Pop* dikota Medan tergolong tinggi dengan mean hipotetik sebesar  $50 < \text{mean empirik}$  sebesar 55,04 dan nilai standar deviasi

melebihi satu SD sebesar 3,542. Begitupun *celebrity worship* yang tergolong tinggidedengan mean hipotetik sebesar  $55 >$  mean empirik sebesar 59,55 dan nilai standar deviasi melebihi satu SD sebesar 3,340.

### 5.1.2 Saran

#### a. Bagi Komunitas

komunitas penggemar *K-Pop* diharapkan dapat menjadi wadah bagi para penggemar untuk bisa melakukan kegiatan-kegiatan yang positif untuk menggali potensi dan membangun hubungan baik antar sesama anggota. Sesama penggemar hendaklah saling mengingatkan untuk bisa bersikap bijak dalam mengidolakan seseorang terlebih pada anggota komunitas yang masih dalam usia remaja. Para pengurus komunitas dan admin diharap untuk bisa membimbing anggota komunitas serta memberikan edukasi mengenai apa saja yang dapat ditiru maupun yang tidak perlu ditiru dari seorang idola.

#### b. Bagi subjek penelitian

Bagi remaja yang sedang dalam fase *celebrity worship* atau sedang dalam tingkat kekaguman yang tinggi dan berlebihan pada idola, ada baiknya untuk dapat dengan bijak memilih perilaku-perilaku apa saja yang dapat ditiru dan diikuti, tentunya perilaku-perilaku yang positif seperti pola hidup yang lebih baik, meningkatkan *skill* berbahasa asing, menjalin pertemaman dengan teman baru dan menyalurkan bakat dan hobi seperti bernyanyi dan *dance*. Karena, kekaguman yang berlebihan bukan sesuatu yang baik dan memiliki dampak negatif, seperti perilaku konsumtif, *body image* yang rendah, rasa ketergantungan, memiliki pandangan

bahwa kecantikan, uang dan ketenaran adalah sumber kebahagiaan, rendah diri serta perilaku kriminalitas.

c. Bagi keluarga

Diharapkan keluarga terkhusus para orang tua yang memiliki anak yang sedang dalam masa remaja dapat mengontrol apa yang menjadi tontonan anak dan apa yang menjadi kegemaran anak. Karena apa yang anak lihat akan mempengaruhinya dalam berperilaku sesuai dengan siapa yang dijadikannya sebagai role model. Orang tua harus memberikan arahan untuk dapat membatasi anak terkait hal-hal apa saja yang dapat ditiru anak dari sang idola.

d. Bagi lingkungan sosial

lingkungan sosial sebaiknya tidak selalu memandang buruk remaja yang menyukai kultur Korea atau yang di kenal sebagai K-Popers. Karena banyak orang menganggap remaja khususnya yang berjenis kelamin laki-laki sering dianggap remeh, tidak maskulin dan hal negatife lainnya. Sebaiknya lingkungan sosial mendukung para remaja yang mau berkembang dengan mengikuti perkembangan jaman dengan melakukan hobi-hobi yang dapat membangun kemampuan para remaja.

e. Bagi peneliti berikutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik membahas mengenai *Celebrity worship* dapat mencari faktor – faktor lain yang tidak peneliti jelaskan di penelitian ini, seperti umur, ras, keterampilan sosial, faktor demografis, religiusitas, dll.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. & Supriyono, W. (2013). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Al-Mighwar, M. (2011). *Psikologi Remaja*. Bandung: Pustaka Setia.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian*. Pustaka Belajar.
- Bandura. 2007. *Human development (eight edition)*. Boston : McgGaw-Hill Higher Education
- Brooks, S. K. (2021). FANatics: Systematic literature review of factors associated with *celebrity worship*, and suggested directions for future research. *Current Psychology*, 40(2), 864–886. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9978-4>
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design - Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Pustaka Belajar.
- Darfiyanti, D., & Putra, M. B. (2012). Pemujaan terhadap idola pop sebagai dasar intimate relationship pada dewasa awal: sebuah studi kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Social* , 1(2), 53-60
- Gerungan, W. . (2015). *Psikologi sosial*. PT. Refika Aditama.
- Hergenhahn, B. R., & Olson, M. H. (2009). *Theories of learning (teori belajar) edisi ketujuh* (Edisi 7). Jakarta Kencana.
- Hurlock, E. B. (2009). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Kehidupan Edisi Ke-5*. Jakarta: Erlangga.
- Jahja, Yudrik. ( 2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenada Media
- Kaplan, H.I & Saddock, B.J.(2005). *Sinopsis Psikiatri. 8th Ed*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- King, Laura A. (2010) *Psikologi Umum Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kironoputro, D. (2016, Oktober 3). *Top Asian: Fenomena PPAP hingga kunjungan Jessica Jung ke Jakarta. Okezone Celebrity*. <http://www.okezone.com>
- KOCIS. 2011. *K-Pop A New Force in Pop Music. Republic of Korea: Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism*. Republic of Korea: Korean Culture and Information Service
- Maltby, J., & Day, L. (2011). *Celebrity worship* and incidence of elective cosmetic surgery: Evidence of a link among young adults. *Journal of Adolescent Health*, 49(5), 483–489. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.12.014>
- Maltby, J., Houran, M.A., & McCutcheon, L.E (2003). *A Clinical Interpretation of Attitudes and Behaviors Associated with Celebrity Worship*. The Journal of Nervous and Mental Diseases.
- Marbun, F. H., & Azmi, A. (2019). Perilaku Imitasi Komunitas Penggemar K-Pop di Kota Padang. *Journal of Civic Education*, 2(4), 251-259.

- Monks, (2009). *Tahap Perkembangan Masa Remaja. Medical Journal New Jersey Muagman, 1980. Defenisi Remaja*. Jakarta : Penerbit Grafindo Jakarta
- Putri, M. E. (2021). Hubungan Konsep Diri (*Self Concept*) Dengan Perilaku Imitasi [Universitas Medan Area].
- Santoso, Slamet.(2009). *Dinamika Kelompok*.Jakarta : Pt. Raja Grafindo Persada.
- Sarsito.(2010). Imitasi Perilaku Keagamaan.UINSUSKA.
- Sarwono, S. W. (2002). *Teori psikologi sosial: Individu dan teori-teori psikologi sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sasmita.(2011). Perilaku Imitasi. Perilaku Imitasi, skripsi.
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Celebrity worship, addiction and criminality. *Psychology, Crime and Law, 13*(6), 559–571. <https://doi.org/10.1080/10683160601160653>
- Sherly, Y. B. (2019). Hubungan Antara *Celebrity Worship* Dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja [Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya].
- Soetjningsih, (2004). Buku Ajar: Tumbuh Kembang Remaja dan Permasalahannya. Jakarta : Sagung Seto.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta
- Sunarni. (2016). Pengaruh *celebrity worship* terhadap identitas diri remaja usia sma di kota Yogyakarta. *E-Journal Bimbingan dan Konseling, 1*(5), 1-8.
- Tionardus, M. 2020. Mengenal Sasaeng, Fans Garis Keras Kpop Yang Ganggu Kehidupan Pribadi Idol. Diakses tanggal 11 Maret 2020 dari <https://www.kompas.com/hype/read/2020/01/24/095313266/mengenal-sasaengfans-garis-keras-kpop-yang-ganggu-kehidupan-pribadi-idol>.
- Wijayanti, A. A. (2012). *Hallyu : Youngsters' Fanaticism Of Korean Pop Culture (Study Of Hallyu Fans In Yogyakarta City)*. *Journal Of Sociology, 3*(3), 1–24.



### **Lampiran 1**

#### **Alat Ukur Penelitian**

- 1. Skala Perilaku Imitasi**
- 2. Skala *Celebrity Worship***

## SKALA PERILAKU IMITASI

Skala 1

Petunjuk pengisian skala :

a. lengkapilah identitas diri anda

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

b. Berikan pendapat Anda terhadap setiap pernyataan dengan memberikan tanda centang pada salah satu kolom jawaban yang telah tersedia. Keterangan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya tertarik dengan cara berpakaian artis idola untuk dijadikan inspirasi berpakaian				
2	Menurut saya cara berbicara orang Korea terlalu dibuat buat				
3	Saya menghafal koreografi <i>dance K-Pop</i>				
4	Saya mengubah warna rambut saya seperti idola saya				
5	Saya merasa cara makan orang Korea terlihat aneh				
6	Saya rutin berolahraga karena terinspirasi dengan bentuk tubuh idola saya				
7	Menurut saya laki-laki tidak perlu <i>skincare</i> .				
8	Saya merasa percaya diri ketika menggunakan pakaian yang mirip dengan idola saya				
9	Saya mencari tahu tentang produk <i>skincare</i> yang digunakan oleh artis idola saya				

10	Saya memiliki cara berpakaian sendiri				
11	Saya suka dengan cara berbicara idola saya				
12	Saya tidak suka mengikuti gaya berfoto orang Korea karena terlalu imut				
13	Saya mengetahui pasti makanan dan minuman yang disukai oleh artis idola saya				
14	Saya sering mengikuti cara idola saya ketika makan				
15	Bentuk tubuh menurut saya bukan hal yang penting				
16	Saya tidak suka meniru pakaian selebriti				
17	Saya tidak mengetahui produk <i>skincare</i> yang digunakan artis idola				
18	Saya suka berpose mengikuti gaya berfoto artis idola saya				
19	Saya merasa laki-laki yang melakukan <i>dance</i> terlihat tidak maskulin				
20	Saya tidak tahu apapun kesukaan artis idola saya				
21	Saya tidak tertarik untuk mengubah warna rambut				
22	Saya melakukan <i>cosplay</i> mirip idola saat menghadiri <i>Event K-Pop</i>				
23	Saya belajar koreografi <i>dance</i> agar bisa seperti idola saya				
24	Saya rajin menggunakan <i>skincare</i> karena ingin wajah yang mulus seperti idola saya				
25	Saya tidak pernah mengikuti <i>Event K-Pop</i>				
26	Saya tidak tertarik belajar <i>dance k-pop</i>				

## SKALA *CELEBRITY WORSHIP*

Skala 2

Petunjuk pengisian skala :

a. lengkapilah identitas diri anda

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

b. Berikan pendapat Anda terhadap setiap pernyataan dengan memberikan tanda centang pada salah satu kolom jawaban yang telah tersedia. Keterangan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No.	Pertanyaan	Pilihan jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya mengikuti semua akun sosial media idola saya				
2.	Saya selalu mengirimkan berita-berita terbaru tentang idola ke grup <i>chat</i> komunitas <i>K-Pop</i>				
3.	Idola saya merupakan tipe ideal saya dalam mencari pasangan				
4.	Saya merubah pola makan untuk mendapatkan badan yang ideal				
5.	Saya tidak pernah membayangkan untuk berkencan dengan idola				
6.	Saya senang ketika orang lain juga menyukai idola saya				
7.	Saya bergabung kedalam komunitas <i>K-Pop</i> untuk mendapatkan teman				
8.	Saya selalu membahas artis idola dengan teman di grup <i>chat</i> komunitas <i>K-Pop</i>				

9.	Saya tidak <i>update</i> dengan konten yang berhubungan dengan idola				
10.	Gaya berpakaian saya terinspirasi dari idola saya				
11.	Saya tidak mengikuti semua akun sosial media idola saya				
12.	Saya suka melihat video yang berhubungan dengan idola				
13.	Saya tidak marah ketika ada orang lain yang tidak menyukai idola saya				
14.	Saya sering menonton ulang tayangan yang berkaitan dengan idola				
15.	Saya sering membayangkan idola saya sebagai pasangan hidup saya				
16.	Saya memiliki tipe ideal sendiri				
17.	Saya tidak mencari informasi mengenai idola				
18.	Saya tidak pernah menonton ulang video idola				
19.	Saya tidak berminat untuk bergabung kedalam komunitas <i>K-Pop</i>				
20.	Saya ikut merasa sedih ketika idola saya sakit				
21.	Saya merasa cemburu ketika ada orang lain yang juga menyukai idola saya				
22.	Saya tidak tertarik membahas selebriti				
23.	Saya merasa bangga ketika idola saya mendapatkan penghargaan				
24.	Saya merasa lebih bersemangat ketika melihat hal yang berkaitan dengan idola				
25.	Saya akan teriak histeris ketika saya bertemu langsung dengan idola				
26.	Saya memiliki cara berpakaian sendiri				
27.	Idola saya tidak memiliki pengaruh apapun terhadap kehidupan saya				
28.	Saya tidak mengatur pola makan				
29.	Saya merasa biasa saja ketika bertemu dengan idola saya				
30.	Saya merasa biasa saja ketika idola saya mendapatkan penghargaan				



**Lampiran 2**

**Distribusi Skor Skala**

**1. Skor Data Perilaku Imitasi**

**2. Skor Data *Celebrity Worship***

### SKOR PERILAKU IMITASI

VARIABEL Y : PERILAKU IMTASI																								JLH		
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15	Y.16	Y.17	Y.18	Y.19	Y.20	Y.21	Y.22	Y.23	Y.24	Y.25	Y.26	
3	4	2	2	2	3	1	3	3	4	3	2	3	2	2	1	2	3	3	2	4	2	2	3	2	2	65
3	2	4	4	2	3	2	3	4	4	4	2	3	4	4	2	2	4	1	2	2	4	3	4	2	1	75
4	2	3	1	2	4	2	3	4	3	4	3	3	2	1	2	2	3	1	1	4	1	3	4	1	1	64
4	2	2	3	2	3	1	3	3	3	3	2	4	2	3	2	2	4	1	1	1	2	2	4	2	2	63
4	2	3	2	2	3	1	2	3	4	3	2	3	2	1	2	2	2	1	1	2	3	3	4	3	1	61
4	2	2	2	2	3	1	2	3	4	4	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	62
2	2	3	2	2	2	1	2	4	4	3	1	4	2	3	2	1	4	1	1	2	2	4	4	2	1	61
3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	69
3	2	3	2	3	4	1	3	4	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	63
3	2	3	3	2	3	1	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	1	1	1	3	3	3	1	2	60
4	2	3	3	2	3	1	4	3	4	3	2	3	2	3	2	2	4	2	1	2	2	3	4	1	1	66
2	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	61
3	3	1	3	3	3	1	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	4	4	68
3	2	2	1	2	3	1	3	2	3	3	1	2	2	2	3	4	2	1	2	3	1	1	4	2	2	57

2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	2	65
4	2	3	4	2	2	1	4	3	3	4	1	3	3	2	2	2	3	2	1	1	2	2	3	3	2	64
3	2	3	2	3	2	4	4	4	3	4	3	3	4	1	2	2	2	1	1	2	1	3	4	1	1	65
2	2	2	2	2	2	4	2	1	4	2	4	2	2	4	4	4	2	2	3	3	1	1	1	3	4	65
4	2	2	2	2	2	1	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	4	3	2	66
4	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	66
4	2	4	3	2	4	2	3	4	2	3	2	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	70
4	2	3	3	2	4	2	3	4	2	4	2	4	3	3	2	2	4	2	2	2	3	4	4	2	2	74
4	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
4	2	3	3	2	3	2	4	4	3	3	2	4	4	2	2	2	3	2	2	2	3	4	4	2	2	73
4	2	4	3	2	3	2	3	3	2	3	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	4	2	2	68
3	2	1	1	2	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	1	51
2	1	1	1	1	2	4	1	2	4	2	3	2	2	3	4	2	2	1	3	1	2	1	2	3	2	54
3	1	3	3	1	4	4	4	4	4	4	1	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	4	4	3	2	77
3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	63
4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	64
4	2	3	1	1	3	1	2	3	4	4	1	3	3	1	3	2	3	1	2	2	4	4	4	2	1	64

4	1	4	2	1	3	1	3	4	2	3	1	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	3	3	2	1	59
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	64
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	64
3	2	3	2	2	3	2	3	4	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	4	3	3	2	2	66
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	64
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	4	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	66
3	2	1	1	2	4	1	3	2	3	3	3	1	1	1	3	2	2	3	1	4	2	2	3	2	2	57
4	2	3	3	2	4	1	4	3	4	3	3	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	3	4	3	2	69
3	1	2	1	1	4	1	3	3	3	4	2	2	1	3	2	2	3	1	2	4	2	2	4	4	2	62
3	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	60
3	1	3	2	1	2	1	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	4	2	3	58
3	1	2	2	2	3	1	3	3	4	4	2	4	2	3	2	2	3	2	1	3	2	2	4	2	3	65
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65

3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	64
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	64
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	64
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	64
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	64
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	65
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	65
3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	64

3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	66
3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	66
3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	4	4	2	79
4	2	2	3	2	1	1	2	3	3	3	2	4	1	2	3	2	2	2	1	2	1	1	3	2	4	58
4	1	1	3	1	4	1	4	4	2	4	3	4	4	4	1	2	1	3	1	1	1	1	4	4	4	67
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	66
3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	66
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	66

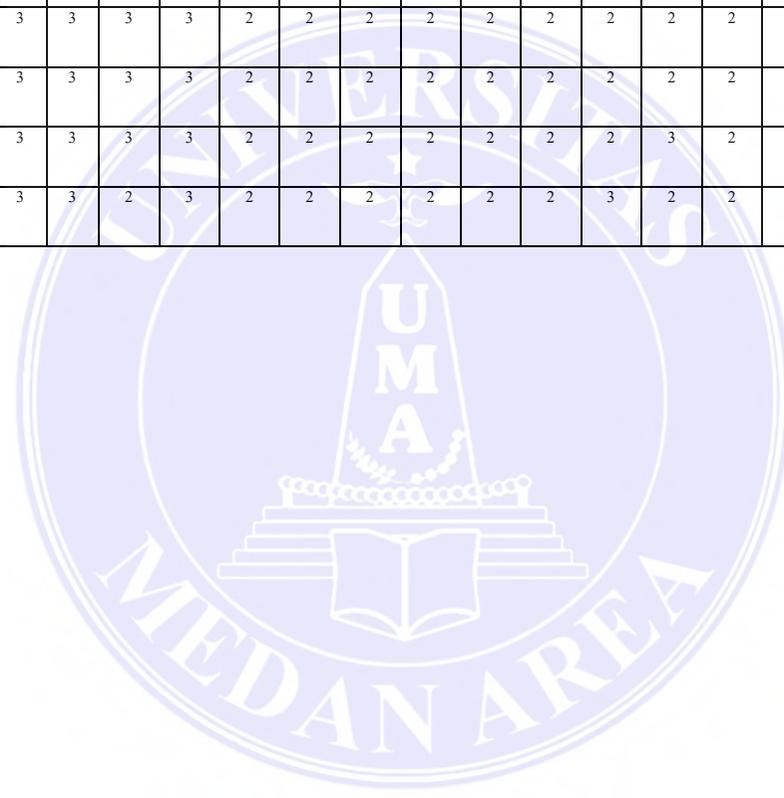
3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	66
4	2	3	3	2	4	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	4	2	2	68
3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	67
3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	62
3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	62
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	66
3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	66
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	64
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	64
3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	66
3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	66
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	4	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	66

3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	1	2	3	2	2	1	2	3	62
3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	66
3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	66
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	64
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	64
3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	64
3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	60
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	64
3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	62
3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	66
3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	63
3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	65
3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	66
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65

3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65	
2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	63	
3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	62	
3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	62	
2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	65	
3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	62	
3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	61	
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	64	
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	61	
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	62	
3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	60
3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	61
3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	61
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	66
3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	65	
3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	66	

3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	61
3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	62
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	78
3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	71
3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	73
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	77
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	78
3	2	4	4	2	4	1	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	72
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	66
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	69
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	77
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	78
3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	65
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	63
3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	61

3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	64
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	63
3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	63
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	61
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	61
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	60
3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	59



### SKOR CELEBRITY WORSHIP

VARIABEL X : CELEBRITY WORSHIP																														JLH	
X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15	X.16	X.17	X.18	X.19	X.20	X.21	X.22	X.23	X.24	X.25	X.26	X.27	X.28	X.29	X.30		
2	2	4	3	2	3	4	4	2	3	2	4	3	3	3	2	2	1	2	3	2	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	78
4	3	4	3	3	4	4	4	2	3	2	4	4	4	2	4	2	1	2	3	2	1	4	4	3	3	1	2	1	1	1	84
2	2	3	2	2	4	4	4	2	3	3	4	2	3	4	4	2	2	2	4	2	4	4	4	4	3	1	2	1	1	1	84
4	3	4	3	2	4	4	3	2	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	4	3	3	3	2	2	2	2	2	84
4	3	3	3	3	4	4	4	1	4	1	4	3	4	2	4	1	1	1	4	2	1	4	4	4	4	4	1	2	1	1	82
3	3	3	3	2	3	4	4	2	4	2	4	3	4	4	2	2	2	2	4	2	1	4	4	4	4	4	2	2	1	1	85
4	4	4	3	1	4	4	4	1	2	1	3	3	3	3	3	2	3	1	3	1	2	3	3	4	3	2	2	1	1	1	78
3	3	4	3	2	2	4	4	2	3	2	4	1	4	4	3	2	2	2	4	4	3	4	4	4	3	2	4	1	1	1	88
3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	4	3	3	3	2	3	2	2	2	78
4	3	3	3	3	3	4	4	1	3	1	3	3	3	2	3	2	1	1	3	2	1	4	4	3	3	1	1	1	1	1	74
4	3	4	3	2	3	4	4	2	3	2	4	2	3	4	4	2	1	1	3	2	2	4	3	3	4	1	2	2	1	1	82
4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	1	2	74
2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	4	3	3	2	2	3	3	3	4	2	2	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	77
4	1	4	3	4	4	2	2	2	2	1	3	4	3	1	3	2	1	3	3	1	3	4	4	4	3	2	1	1	2	2	77
3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	4	4	2	2	2	4	2	2	4	3	4	4	4	2	2	2	2	86
4	4	4	3	1	4	4	4	1	3	2	4	2	4	4	3	1	2	2	3	4	1	3	4	4	3	2	2	1	2	2	85

4	3	4	3	2	4	4	4	2	2	1	4	2	4	2	4	1	2	1	4	4	2	4	4	4	4	1	3	1	1	85	
2	1	1	1	4	1	1	1	4	2	3	1	3	2	2	3	3	3	4	2	3	4	2	1	1	3	4	2	3	4	71	
2	2	3	3	4	4	2	3	3	2	3	3	4	2	2	4	2	3	2	3	1	2	4	3	3	4	3	2	2	2	82	
4	4	3	3	2	3	4	3	2	4	2	4	3	3	3	2	1	1	1	4	3	2	4	4	4	2	2	2	2	2	83	
4	4	3	3	2	3	3	4	2	4	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	4	4	3	2	2	2	2	2	84	
4	3	3	3	2	3	4	4	2	4	2	4	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	83	
4	3	3	3	2	3	4	4	2	4	2	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	4	4	3	2	2	2	2	2	84	
4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	3	2	2	2	2	82	
4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	4	3	2	4	4	3	2	2	2	2	2	82	
1	4	4	4	1	4	1	1	1	1	1	3	4	2	2	4	1	1	2	4	1	1	4	4	4	4	2	1	1	1	69	
3	2	1	3	1	4	2	2	3	2	2	3	4	3	1	4	3	1	2	3	1	3	3	2	2	4	3	1	4	4	76	
3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	2	3	4	2	3	4	4	4	4	4	2	2	2	1	94
3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	76	
2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	73	
4	3	2	3	4	4	4	4	2	2	1	4	3	4	1	4	1	1	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	2	1	1	81
3	3	2	3	3	4	4	4	2	4	3	3	3	4	2	3	1	1	1	3	1	1	4	4	4	3	1	1	1	1	77	
4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	77	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	76	
4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	4	3	3	2	2	2	2	2	78	

3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	3	3	2	2	2	2	2	78
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	4	3	3	2	4	2	2	2	79
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	4	3	3	2	4	2	2	2	79
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	3	3	2	2	2	2	2	78
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	79
3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	1	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	80
4	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	2	3	1	1	2	3	1	1	4	3	2	3	2	2	2	2	80
3	3	2	4	3	4	4	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	1	2	4	3	2	3	2	2	2	2	78
3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	77
3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	1	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	77
4	2	3	3	4	4	3	3	2	3	1	4	4	4	1	4	1	1	1	3	1	1	4	4	4	4	1	1	1	1	77
4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	81
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	80
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	78
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	78
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	3	3	2	3	2	2	2	78
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	3	3	2	3	2	2	2	78
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	3	3	2	2	2	2	2	77
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	3	3	2	2	2	2	2	77

3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3w	3	2	2	2	2	4	3	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	78
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	3	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	78
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	4	3	2	4	4	4	2	2	2	1	2	80	
3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	1	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	74	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	78	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	78	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	76	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	76	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	80	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	80	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	78	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	78	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	76	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	76	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	77	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	78	
3	2	4	4	2	4	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	2	2	2	4	4	1	4	4	4	4	2	3	1	1	89	
4	2	4	2	1	2	1	2	3	2	4	3	3	3	3	2	2	1	2	3	4	1	4	4	2	3	1	3	1	2	74	
1	1	1	4	4	1	1	1	3	3	4	1	4	1	1	4	4	4	4	1	1	4	1	1	1	4	3	2	4	4	73	

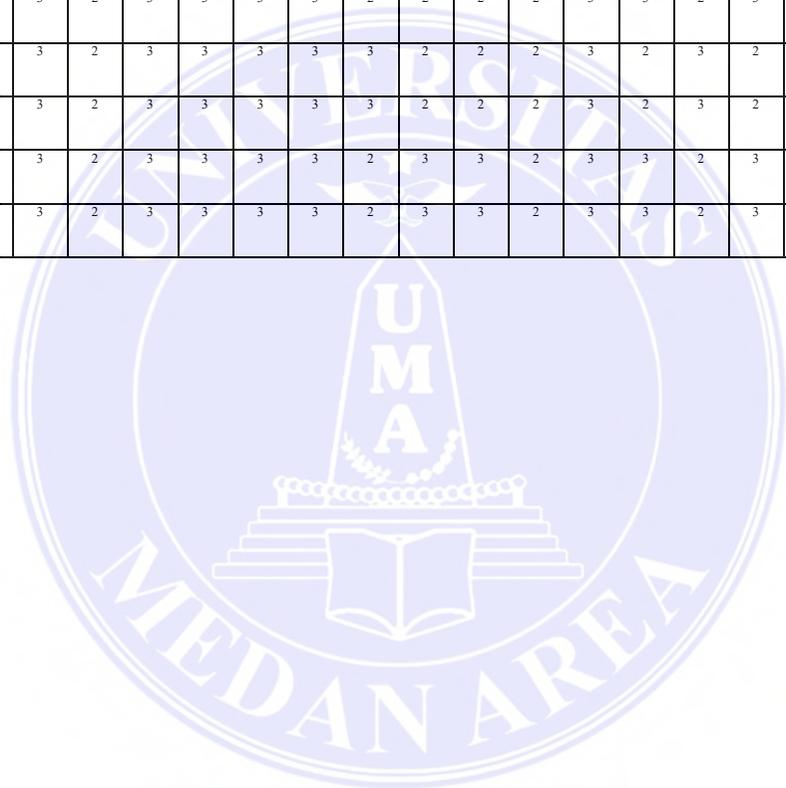
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	78
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	78
3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	76
3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	76
3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	77
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	77
3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	77
3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	77
3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	74
3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	74
4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	77
2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	76
2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	77
3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	77
3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	77
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	76
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	76
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	76
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	76
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	76

3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	73
3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	73
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	76
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	76
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	75
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	75
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	77
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	77
3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	4	2	2	3	3	3	3	3	2	2	1	80
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	76
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	76
3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	75
3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	75
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	77
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	76
2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	75
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	76
2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	2	4	4	2	3	2	2	2	2	80
2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	80

3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	3	3	4	2	2	2	2	2	78	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	4	2	4	4	4	2	2	2	2	2	82	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	4	4	4	2	2	2	2	2	79	
2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	75	
2	3	3	4	2	4	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	2	2	2	4	4	2	4	4	4	2	2	2	2	2	84	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	4	4	4	2	2	2	2	2	80	
2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	1	3	2	2	2	3	3	2	3	3	73	
3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	4	3	3	2	2	2	2	2	80	
2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	2	2	4	4	2	3	2	2	3	2	81	
2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	1	3	1	2	2	3	3	3	3	3	71	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	2	4	4	4	2	2	2	2	2	83	
3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	1	2	4	4	4	3	2	2	2	79	
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	2	2	2	2	81	
2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	77
3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	79	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	75	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	2	2	2	2	2	80	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	2	2	2	2	2	80	
3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	4	4	4	2	2	2	2	2	79	

3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	4	4	4	2	2	2	2	2	79	
3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	77	
3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	77	
3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	3	2	2	2	2	80	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	3	2	2	2	2	81	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	76	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	76	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90	
3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	89	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	1	1	81	
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	76
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	78	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90	
3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	4	4	4	2	2	2	2	2	78	
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	79	

2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	77
3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	1	2	3	3	2	2	2	2	2	74
3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	76
3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	4	3	2	2	2	2	77
3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	75
3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	75
3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	78
3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	78





**Lampiran 3**

**Validitas dan Reliabilitas**

**1.Uji Validitas**

**2.Uji Reliabilitas**

**Reliability**

**Scale: PERILAKU IMITASI**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	157	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	157	100.0

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

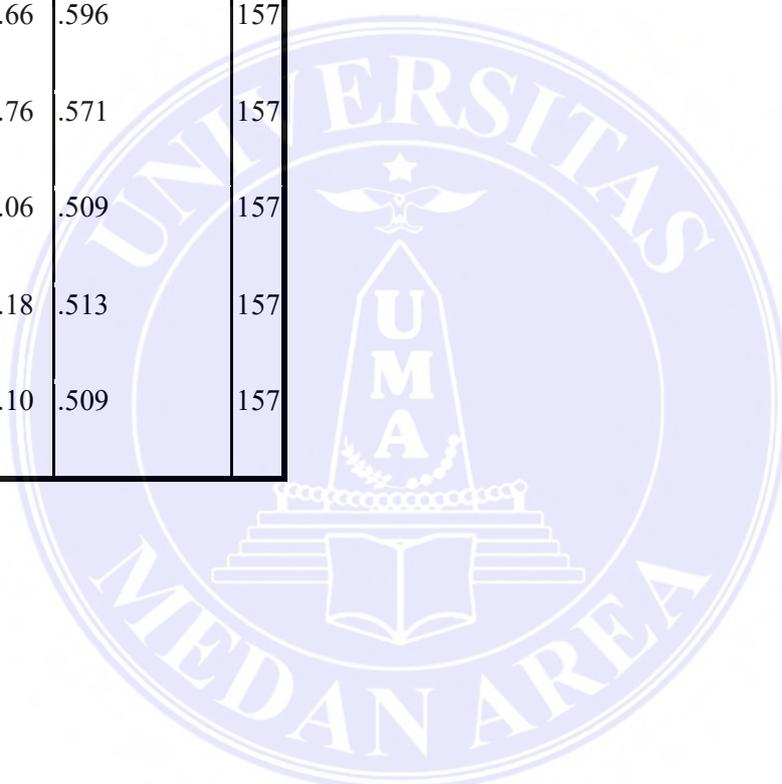
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	26

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PI1	3.08	.417	157
PI2	2.10	.435	157
PI3	2.75	.565	157
PI4	2.39	.628	157
PI5	2.07	.394	157
PI6	2.96	.465	157
PI7	1.94	.580	157
PI8	2.93	.455	157
PI9	2.96	.511	157
PI10	2.69	.649	157
PI11	2.95	.464	157
PI12	2.15	.483	157
PI13	2.82	.618	157
PI14	2.62	.582	157
PI15	2.20	.548	157
PI16	2.22	.485	157

PI17	2.24	.482	157
PI18	2.76	.536	157
PI19	2.02	.473	157
PI20	2.11	.518	157
PI21	2.20	.540	157
PI22	2.66	.596	157
PI23	2.76	.571	157
PI24	3.06	.509	157
PI25	2.18	.513	157
PI26	2.10	.509	157



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PI1	61.82	17.186	.334	.819
PI2	62.80	16.429	.343	.801
PI3	62.15	15.925	.373	.895
PI4	62.50	15.277	.368	.881
PI5	62.83	16.669	.303	.805
PI6	61.94	16.163	.393	.895
PI7	62.96	15.927	.362	.896
PI8	61.97	15.967	.359	.889
PI9	61.94	15.926	.316	.891
<b>PI10</b>	<b>62.21</b>	<b>17.706</b>	<b>-.119</b>	<b>.846</b>
PI11	61.95	16.433	.320	.802
PI12	62.75	16.512	.387	.806
PI13	62.08	15.641	.397	.891
PI14	62.27	15.149	.439	.874
PI15	62.70	15.634	.356	.886

PI16	62.68	17.616	-.092	.833
PI17	62.66	17.571	-.081	.832
PI18	62.14	15.993	.379	.895
PI19	62.88	15.902	.358	.888
PI20	62.78	16.696	.321	.813
PI21	62.69	17.470	-.063	.833
PI22	62.24	15.813	.376	.894
PI23	62.14	15.955	.362	.896
PI24	61.84	17.058	.038	.821
PI25	62.72	16.985	.354	.820
PI26	62.80	16.984	.056	.819

**Reliability**

**Scale: CELEBRITY WORSHIP**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	157	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	157	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.878	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CW1	3.0127	.56599	157
CW2	2.6815	.57777	157
CW3	2.9618	.49206	157
CW4	2.9809	.32956	157
CW5	2.2611	.57897	157
CW6	3.0382	.50492	157
CW7	2.9809	.56012	157
CW8	2.7962	.65768	157
CW9	2.2102	.49396	157
CW10	2.9108	.44399	157
CW11	2.1911	.55624	157
CW12	3.0446	.44353	157
CW13	2.8344	.52924	157
CW14	2.9045	.49073	157
CW15	2.8089	.56765	157
CW16	2.6115	.65682	157

CW17	2.1529	.50846	157
CW18	2.1274	.55153	157
CW19	2.0892	.48537	157
CW20	3.2357	.64191	157
CW21	2.1720	.66195	157
CW22	2.0892	.52350	157
CW23	3.3694	.64337	157
CW24	3.2420	.62431	157
CW25	3.0127	.66974	157
CW26	2.6115	.63700	157
CW27	2.1592	.57188	157
CW28	2.0764	.40098	157
CW29	2.0255	.54242	157
CW30	2.0382	.54167	157

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CW1	75.6178	16.225	.329	.868
CW2	75.9490	16.215	.325	.868
CW3	75.6688	16.043	.315	.856
CW4	75.6497	16.844	.366	.876
<b>CW5</b>	<b>76.3694</b>	<b>16.811</b>	<b>-.003</b>	<b>.888</b>
CW6	75.5924	16.128	.385	.860
CW7	75.6497	15.268	.354	.832
CW8	75.8344	14.780	.380	.820
CW9	76.4204	16.912	.306	.886
CW10	75.7197	16.241	.394	.860
CW11	76.4395	16.633	.342	.881
CW12	75.5860	15.603	.380	.837
<b>CW13</b>	<b>75.7962</b>	<b>17.227</b>	<b>-.086</b>	<b>.898</b>
CW14	75.7261	15.777	.386	.846
CW15	75.8217	16.237	.325	.868

CW16	76.0191	16.250	.385	.876
CW17	76.4777	16.995	-.029	.890
CW18	76.5032	17.072	-.054	.895
CW19	76.5414	17.096	-.050	.891
CW20	75.3949	15.664	.308	.853
CW21	76.4586	15.173	.395	.836
CW22	76.5414	17.122	-.061	.895
CW23	75.2611	15.335	.374	.841
CW24	75.3885	15.354	.384	.840
CW25	75.6178	15.250	.374	.840
CW26	76.0191	16.327	.378	.877
CW27	76.4713	17.033	.348	.895
CW28	76.5541	15.826	.359	.843
CW29	76.6051	17.497	-.145	.807
CW30	76.5924	17.974	-.247	.821



**Lampiran 4**

**Uji Asumsi**

**1.Uji Normalitas**

**2.Uji Linearitas**

## NPar Tests

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	perilaku imitasi	<i>celebrity worship</i>
N	157	157
Normal Parameters <sup>a</sup>		
Mean	55.04	59.55
Std. Deviation	3.542	3.340
Most Extreme Differences		
Absolute	.401	.269
Positive	.401	.269
Negative	-.364	-.147
Kolmogorov-Smirnov Z	5.021	3.365
Asymp. Sig. (2-tailed)	.612	.341
a. Test distribution is Normal.		

## Means

### Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
celebrity worsihp * prilaku imitasi	157	100.0%	0	.0%	157	100.0%

### Report

#### celebrity worsihp

prilaku imitasi	Mean	N	Std. Deviation
1	50.29	17	6.132
2	58.99	120	1.766
3	62.59	17	5.745
4	58.67	3	4.041
Total	59.55	157	3.340

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
celebrity worsihp	Between Groups	(Combined)	207.484	3	69.161	6.901	.000
* prilaku imitasi		Linearity	45.580	1	45.580	4.548	.000
		Deviation from Linearity	161.905	2	80.952	8.078	.135
	Within Groups		1533.305	153	10.022		
	Total		1740.790	156			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
celebrity worsihp * prilaku imitasi	.662	.438	.345	.119



**Lampiran 5**

**Hasil Analisis Uji Korelasi Product Moment**

**Correlations**

Correlations

		perilaku imitasi	celebrity worship
perilaku imitasi	Pearson Correlation	1	.662**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	157	157
celebrity worship	Pearson Correlation	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	157	157

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



**Lampiran 6**

**Surat Izin Penelitian**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
**FAKULTAS PSIKOLOGI**

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7382188, 7388878, 7384348 & (061) 7388112 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Gelabudi Nomor 79 / Jalan Sei Gerayu Nomor 79 A ☎ (061) 8229622 & (061) 8228331 Medan 20122  
Website: [www.uma.ac.id](http://www.uma.ac.id) E-Mail: [umv\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:umv_medanarea@uma.ac.id)

Nomor : 1735/FPSI/01.10/VI/2024  
Lampiran : -  
Hal : Penelitian

7 Juni 2024

Yth. Bapak/Ibu Ketua  
**NCTZen Medan**  
di -  
Tempat

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

Nama : **Indriani Fadilah Harahap**  
NPM : **208600192**  
Program Studi : Ilmu Psikologi  
Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di **NCTZen Medan, Jl. Pengilar, Kec. Medan Amplas, Kota Medan** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Hubungan Antara Celebrity Worship dengan Perilaku Imitasi pada Remaja Laki-Laki Penggemar K-Pop di Kota 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,  
Ketua Program Studi Psikologi

  
**Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog**

Tembusan  
- Mahasiswa Ybs  
- Arsip

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
**FAKULTAS PSIKOLOGI**

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7362188, 7366878, 7364348 ✉ (061) 7366112 Medan 20222  
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 75 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225802 ✉ (061) 8225221 Medan 20122  
Website: [www.uma.ac.id](http://www.uma.ac.id) E-Mail: [umv\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:umv_medanarea@uma.ac.id)

---

Nomor : 1789/FPSI/01.10/VI/2024 11 Juni 2024  
Lampiran : -  
Hal : Penelitian

Yth. Bapak/Ibu **Ketua**  
**Komunitas MOA Medan**  
di -  
Tempat

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

Nama : **Indriani Fadilah Harahap**  
NPM : **208600192**  
Program Studi : Ilmu Psikologi  
Fakultas : Psikologi

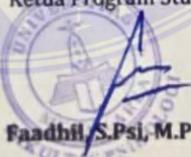
untuk melaksanakan pengambilan data di **Komunitas MOA Medan, K3 Mart Merdeka, Jl. Putri Merak Jingga No. 2 A Medan** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Hubungan Antara Celebrity Worship dengan Perilaku Imitasi pada Remaja Laki-Laki Penggemar K-Pop di Kota Medan"**.

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,  
Ketua Program Studi Psikologi

  
**Faadhil S. Psi, M. Psi, Psikolog**

Tembusan  
- Mahasiswa Ybs  
- Arsip





**KOMUNITAS NCTZEN MEDAN**  
Jl. Pengilar, no.15 D, Kecamatan Medan Amplas  
Kota Medan  
Email : [nctzen.medan@gmail.com](mailto:nctzen.medan@gmail.com)  
Telp (089658383763)

---

Nomor : 127.7/001/NCTMEDAN/1/2024 27 Juni 2024  
Lampiran : -  
Perihal : Penelitian

Kepada Yth : Ketua Program Studi Psikologi  
Fakultas Psikologi  
Universitas Medan Area  
Di  
Tempat

Dengan Hormat, Meneruskan surat dari Ketua Progam Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area nomor :1735/FPSI/01.10/VI/2024 tanggal 7 Juni 2024, maka dengan ini kami beritahukan bahwa :

Nama : Indriani Fadilah Harahap  
NIM : 208600192  
Program Studi : Ilmu Psikologi  
Fakultas : Psikologi

Telah melaksanakan penelitian di Komunitas NCTzen Medan dari tanggal 10 s.d 25 Juni 2024.  
dengan Judul : Hubungan Antara *Celebrity Worship* Dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja Laki-Laki Penggemar *K-Pop* Di Kota Medan

Demikian hal ini kami sampaikan dan atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Ketua Fanbase NCTzen Medan



G. Luf Salitri, S.Pd

