

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan budaya *Hallyu Wave* yang merujuk pada popularitas budaya Korea di dunia global terus meningkat secara signifikan terutama dalam kurun waktu satu dekade terakhir ini. Peningkatan popularitas ini terjadi seiring dengan berkembangnya teknologi informasi yang membuat seluruh masyarakat di belahan dunia manapun dapat dengan mudah mengakses konten-konten yang berhubungan dengan budaya Korea baik berupa musik, drama, film, maupun *variety shows*. Konten-konten tersebut dikemas dengan seapik mungkin dengan visual yang memanjakan mata sehingga bisa menarik minat publik dunia (Alam, Sandung, & Awaru, 2023).

Di Indonesia sendiri, penyebaran budaya Korea dimulai setelah Korea Selatan sukses menjadi tuan rumah Piala Dunia 2002. Sebagai tuan rumah, banyak media massa meliput dan menyoroti berbagai aspek mengenai Korea Selatan bahkan beberapa stasiun televisi swasta gencar menayangkan beragam judul film maupun drama Korea dan menuai respon yang sangat positif dari masyarakat (Zakiah, Putri, Nurlimah, Mulyana, & Nurhastuti, 2019). Seiring waktu, segala sesuatu yang berhubungan dengan Korea menjadi sangat diminati masyarakat dengan rentang usia dan latar belakang yang beragam terutama para generasi milenial dan generasi Z. Semakin populernya budaya Korea melalui musik dan drama yang menarik membuat aspek lain yang berhubungan dengan

Korea ikut pula menarik perhatian. Sebut saja gaya pakaian, makanan, *makeup*, *skincare* hingga bahasa yang menarik minat banyak masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat biasa maupun para artis ibukota (Sakinah, Hasna, & Wayuningsih, 2022).

Dari berbagai jenis konten Korea, musik *K-Pop* atau *Korean Pop* menjadi yang paling diminati mayoritas masyarakat terutama para remaja. Musik *Kpop* sendiri memiliki beberapa generasi, dimana generasi 1 dihitung dari tahun 1994-2002, Generasi 2 dihitung dari tahun 2003 sampai 2011, Sedangkan digenerasi 3 dari tahun 2012 sampai 2017 dan generasi 4 yang dari tahun 2018 sampai sekarang merupakan generasi yang paling populer dari dua generasi sebelumnya karena bisa melakukan promosi ke mancanegara dan bisa melakukan kolaborasi dengan artis Internasional sehingga popularitasnya di dunia global terus meningkat (Purnamartha, Asifa, Ernawati, & Cicin, 2022). Menurut data yang dihimpun oleh GoodStats, Indonesia menjadi negara dengan penggemar *K-Pop* terbanyak nomor satu di dunia pada tahun 2021. Penggemar adalah seseorang yang menggemari sesuatu dengan antusias dan secara kolektif kelompok penggemar akan membentuk kelompok penggemar (*fanbase*) atau fandom (Mihardja & Paramita, 2019). Fandom digunakan oleh penggemar untuk mencari informasi tentang idolanya dan sebagai tempat berkomunikasi dengan kelompok yang memiliki kegemaran yang sama dengannya. Para penggemar *K-Pop* ini tersebar di berbagai daerah di Indonesia termasuk juga di kota Palembang. Media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram* dan juga *Tiktok* menjadi wadah dari penggemar musik Korea di kota Palembang untuk berinteraksi secara bebas satu sama lain hingga membentuk suatu komunitas.

Menurut Kertajaya (Fauzia & Persada, 2020), komunitas adalah orang berkelompok yang terbentuk atas adanya kepedulian, loyalitas, dan adanya kesamaan *values* sehingga menciptakan hubungan erat antar sesama anggotanya. Memiliki kesukaan atau *hobby* yang sama juga mendasari terbentuknya sebuah komunitas salah satunya komunitas musik *K-Pop*. Di Palembang sendiri, terdapat beberapa komunitas musik dan grup *K-Pop* yang tersebar di sosial media. Salah satunya adalah komunitas penggemar grup *Blackpink* atau biasa disebut *Blink* dengan akun *instagram @blink\_palembang*. Komunitas ini dibuat sejak bulan Agustus 2022 dan hingga kini rutin mengadakan perkumpulan dengan berbagai kegiatan seperti karaoke bersama atau *noraebang*, melakukan *cover dance*, merayakan ulang tahun idolanya dan juga melakukan nonton bersama (nobar) konten yang dirilis idolanya. Komunitas ini juga memiliki grup *WhatsApp* yang terdiri dari 160 orang anggota yang mayoritas berusia remaja.

Masa remaja dapat dikatakan sebagai masa transisi. Transisi bukan berarti putusannya atau berubahnya apa yang terjadi sebelumnya, melainkan peralihan dari satu tahap perkembangan ke tahap perkembangan berikutnya. Masa remaja merupakan masa dimana anak mulai mencari jati dirinya, masa transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Anak mengalami perubahan fisik dan psikis pada masa remaja. Perubahan-perubahan inilah yang membedakan anak-anak satu sama lain. Bagi para remaja khususnya remaja putri, penampilan merupakan hal yang sangat penting. Oleh karena itu, penting baginya untuk menampilkan penampilan yang mampu menarik perhatian orang lain, yakni tampil sempurna. Ada relativitas keindahan dalam masyarakat, yang dinilai berbeda-beda tergantung budaya dan waktu. Salah satu ukuran kecantikan yang banyak

mendapatkan perhatian adalah citra mengenai bentuk tubuh atau citra tubuh (Cash & Smolak, 2011).

Citra tubuh atau *body image* merupakan suatu sikap atau perasaan puas dan tidak puas yang dimiliki oleh seseorang atau suatu individu tertentu terhadap tubuhnya sehingga dapat melahirkan suatu penilaian yang positif atau negatif pada dirinya tersebut. Menurut Honigam dan Castle (Rombe, 2013), *body image* merupakan gambaran mental seseorang terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya, bagaimana seseorang memiliki persepsi dan memberikan penilaian atas apa yang dipikirkan dan dirasakan terhadap ukuran dan bentuk tubuhnya dan atas penilaian orang lain terhadap dirinya.

Rasa puas atau tidak puas terhadap tubuhnya tersebut dapat menyebabkan remaja memiliki *body image* yang positif ataupun negatif. *Body image* positif adalah apabila individu merasa puas akan tubuhnya baik itu mengenai ukuran tubuh, bentuk tubuh pada bagian tertentu ataupun secara keseluruhan, sehingga remaja tidak merasa tidak percaya diri ketika berhadapan dengan orang banyak, tidak merasa bersalah atas bentuk tubuhnya dan merasa puas dengan bentuk dan ukuran tubuh yang dimilikinya (Purwati, Asnarani, & Dewi, 2023).

Citra tubuh negatif terjadi ketika remaja merasa tidak puas dengan tubuhnya sendiri. Citra tubuh negatif ini biasanya bertahan dalam jangka waktu yang lama. Remaja seringkali merasa terlalu gemuk atau terlalu kurus dibandingkan dengan ukuran sebenarnya dan terus-menerus ingin mengubah bentuk tubuh melalui pola makan atau olahraga berlebihan. Di kehidupan sosial remaja sering merasa tidak percaya diri, malu bila berhadapan dengan orang banyak, sering bertanya tentang

tubuhnya kepada keluarga ataupun teman, bahkan tidak jarang remaja melakukan perilaku makan yang menyimpang (Diana, 2011).

Menurut Hurlock (Nuzularachmania & Indarto, 2022), masa remaja dimulai dengan masa remaja awal (12-14 tahun), kemudian dilanjutkan dengan masa remaja tengah (15-17 tahun), dan masa remaja akhir (18-21 tahun). Pada masa remaja, perubahan fisik terjadi, yaitu masa pubertas, yang terjadi pada saat memasuki masa remaja. *Body image* sangat penting bagi remaja. Menurut Conger dan Peterson, remaja mulai memperhatikan bagaimana mereka terlihat dan ingin mengubah bagaimana mereka terlihat (Indika, 2010). Setiap orang memiliki *body image* yang ideal, menurut Burns (1993). *Body image* ini didasarkan pada norma-norma budaya dan stereotip yang dipegang seseorang, dan semakin besar kemungkinannya seseorang akan menunjukkan perasaan harga diri yang tinggi dan merasa positif tentang penampilannya (Pasaribu, 2010). Begitu juga dengan remaja, mereka memiliki *body image* yang ideal. *Body image* yang ideal ini diperoleh remaja dari lingkungannya, baik dari figur ideal dari kelompok teman sebaya, lingkungan keluarga maupun dari tokoh yang populer.

Pentingnya *body image* yang dimiliki oleh remaja tidak lepas dari perhatian mereka melalui pengaruh-pengaruh media lewat sarana iklan di televisi, majalah hingga internet yang memperlihatkan ikon-ikon wanita yang memiliki badan yang tinggi, putih, mulus, kurus. Namun, apabila bentuk tubuh yang dimiliki tidak sesuai dengan gambaran tubuh yang diharapkan, hal ini akan memungkinkan bagi remaja putri tersebut untuk memiliki *body image* yang negatif dan mengacu pada ketidakpuasan bentuk tubuh / *body dissatisfaction* (Sejcova, 2008).

Menurut (Cash & Smolak, 2011), ciri-ciri *body image* negatif diantaranya yaitu : 1. Tidak menyukai bagian tertentu dari dirinya, 2. Tidak bahagia ketika berat badannya tidak ideal, 3. Merasa tidak nyaman dengan seluruh tubuhnya, 4. Memiliki kecemasan tentang bagian tubuhnya yang menurutnya tidak memenuhi standar kecantikan, 5. Sering membandingkan bentuk tubuhnya dengan orang lain tanpa mempertimbangkan keunggulannya. Sedangkan ciri *body image* positif yaitu: 1. Mampu menghargai fungsi, kesehatan, dan bentuk bagian-bagian tubuhnya, 2. Dapat menerima, merasa nyaman, mencintai tubuh mereka dan memprioritaskan aset tubuh mereka daripada kekurangan mereka, 3. Merasa optimis, bahagia, dan senang dengan diri sendiri, 4. Mempercayai bahwa tubuh mereka unik dan percaya bahwa kecantikan seseorang berasal dari dalam, bukan hanya dari berat dan bentuk tubuh, 5. Menyadari bahwa gambar yang disiarkan oleh media tidak realistis dan palsu.

Berdasarkan hasil data yang di dapat melalui wawancara dan angket awal pada komunitas *Blink* tanggal 29 Oktober 2023 yang dijumpai di salah satu pusat perbelanjaan di Palembang, sebanyak 31 responden memiliki bagian tubuh tertentu yang tidak disukai, sebanyak 34 responden merasa sedih dan frustrasi saat berat badannya tidak sesuai keinginan, sebanyak 22 responden merasakan perasaan tidak nyaman dengan bentuk tubuhnya secara keseluruhan, sebanyak 28 responden merasakan kecemasan terhadap bentuk tubuh mereka yang terlalu gemuk atau kurus dan tidak sesuai standar kecantikan yang beredar di masyarakat, sebanyak 36 responden mengaku seringkali membandingkan bentuk tubuhnya dengan teman ataupun idola yang dianggap memiliki bentuk tubuh yang lebih baik.

Fenomena yang terjadi pada anggota komunitas *Blink* di kota Palembang ialah mereka memiliki *body image* yang negatif berupa perasaan tidak puas dengan bentuk tubuh dan berat badan yang dimiliki. Mereka kerap merasa minder dan malu terhadap bagian-bagian tubuh yang tidak sesuai keinginannya. Akibatnya, mereka rela melakukan olahraga intens dan diet ekstrim demi mencapai bentuk tubuh idealnya. Bentuk tubuh yang dimiliki oleh idolanya dianggap sebagai acuan dan motivasi agar dapat memiliki bentuk tubuh yang serupa. Bahkan penggemar sampai melakukan diet ekstrim seperti yang dilakukan para artis Korea demi mencapai bentuk tubuh impian, walaupun diet tersebut sangat beresiko dan berpotensi membahayakan kesehatan.

Penelitian ini dilakukan pada Komunitas *Blink* Palembang yang mana subjek penelitian ini merupakan remaja penggemar *Blackpink*. Berdasarkan hasil wawancara singkat (*Personal Communication*, pada tanggal 29 Oktober 2023) yang dilakukan kepada subjek EM yang merupakan anggota komunitas *Blink* Palembang, didapatkan fenomena berdasarkan ciri pertama *body image* negatif yaitu tidak menyukai bagian tertentu dari dirinya. Subjek menyatakan bahwa ia terganggu dengan pahanya yang cukup besar dan bahunya yang lebar karena membuatnya terlihat pendek dan berisi sehingga ia jadi tidak percaya diri dan . membuatnya sulit menemukan ukuran celana yang cocok sehingga sulit untuk mengikuti gaya pakaian idolanya yaitu Lisa *Blackpink*. Subjek merasa minder karena dengan paha dan bahunya yang lebar, subjek hanya bisa mengenakan pakaian yang berukuran besar dan tidak *stylish* bila dibandingkan dengan gaya pakaian idolanya.

Bersumber pada hasil wawancara singkat (*Personal Communication*, pada tanggal 29 Oktober 2023) yang dilakukan kepada subjek AW yang merupakan anggota *Blink* komunitas Palembang, didapatkan fenomena berdasarkan ciri kedua *body image* negatif yaitu tidak bahagia ketika berat badannya tidak ideal. Menurut subjek, berat badan yang ia miliki terlalu berlebih sehingga membuatnya terlihat gendut terutama bila dibandingkan dengan badan yang dimiliki oleh idolanya yaitu para anggota *Blackpink*. Subjek menyatakan bahwa ia sudah sering melakukan berbagai macam diet termasuk diet ekstrim demi mendapatkan berat badan ideal namun tidak kunjung berhasil. Hal ini membuat subjek merasa kesal dan frustrasi hingga membuatnya jarang makan demi menjadi kurus namun malah berefek pada kesehatan lambungnya.

Berlandaskan hasil wawancara singkat (*Personal Communication*, pada tanggal 29 Oktober 2023) yang dilakukan kepada subjek FE yang merupakan anggota komunitas *Blink* Palembang, didapatkan fenomena berdasarkan ciri ketiga *body image* negatif yaitu merasa tidak nyaman dengan seluruh tubuhnya. Subjek berpendapat bahwa ia memiliki tubuh yang terlalu kurus hingga sering mendapatkan cemoohan dari orang di sekitarnya. Subjek juga menyatakan bahwa ia sering dicibir dan disebut kukurangan gizi sehingga membuatnya sedih dan tidak percaya diri. Bahkan subjek seringkali menggunakan dua lapis pakaian agar tubuhnya terlihat lebih berisi.

Pada hasil wawancara singkat (*Personal Communication*, pada tanggal 29 Oktober 2023) yang dilakukan kepada subjek FML yang merupakan anggota komunitas *Blink* Palembang, didapatkan fenomena berdasarkan ciri keempat *body image* negatif yaitu memiliki kecemasan tentang bagian tubuhnya yang



menurutnya tidak memenuhi standar kecantikan. Subjek seringkali merasa malu dengan warna kulit yang ia miliki. Kulit sawo matang yang subjek miliki menurutnya tidak cukup cantik bila dibandingkan dengan kulit putih yang dimiliki Rose *Blackpink*. Subjek merasa harus melakukan perawatan tubuh dan menggunakan berbagai produk yang dapat mencerahkan warna kulitnya hingga melakukan suntik putih yang biayanya tidak murah. Subjek merasa iri pada idola dan teman-temannya yang lain yang memiliki kulit cerah alami.

Peneliti melakukan wawancara singkat (*Personal Communication*, pada tanggal 29 Oktober 2023) kepada subjek DA yang merupakan anggota komunitas *Blink* Palembang, didapatkan fenomena berdasarkan ciri terakhir *body image* negatif yaitu sering membandingkan bentuk tubuhnya dengan orang lain tanpa mempertimbangkan keunggulannya. Subjek menyatakan bahwa ia seringkali melakukan perbandingan terhadap bentuk tubuhnya dengan orang lain yang ada di sekitarnya, termasuk juga idolanya yaitu Jennie. Subjek merasa malu akibat perutnya cukup buncit dan mengganggu penampilannya secara keseluruhan terutama saat ia mengenakan pakaian yang cukup ketat. Meskipun subjek memiliki tinggi yang ideal serta warna kulit yang putih, namun subjek tetap tidak merasa puas karena bagian perutnya yang menurutnya sangat mengganggu. Subjek merasa iri melihat idolanya memiliki perut langsing dan *sixpack* sehingga terlihat bagus saat mengenakan pakaian *crop top*.

Selain dengan wawancara yang peneliti lakukan di atas, penelitian ini juga didukung dengan angket awal yang peneliti berikan pada tanggal 29 Oktober 2023 yang disebar kepada 40 orang di Komunitas *Blink* Palembang sebagai responden. Angket ini diambil dan dibuat berdasarkan ciri-ciri *Body Image* negatif

diantaranya 1. Tidak menyukai bagian tertentu dari dirinya, 2. Tidak bahagia ketika berat badannya tidak ideal, 3. Merasa tidak nyaman dengan seluruh tubuhnya, 4. Memiliki kecemasan tentang bagian tubuhnya yang menurutnya tidak memenuhi standar kecantikan, 5. Sering membandingkan bentuk tubuhnya dengan orang lain tanpa mempertimbangkan keunggulannya. Dari hasil angket yang disebar tersebut didapatkan hasil sebanyak 31 responden memiliki bagian tubuh tertentu yang tidak disukai, sebanyak 34 responden merasa sedih dan frustrasi saat berat badannya tidak sesuai keinginan, sebanyak 22 responden merasakan perasaan tidak nyaman dengan bentuk tubuhnya secara keseluruhan, sebanyak 28 responden merasakan kecemasan terhadap bentuk tubuh mereka yang terlalu gemuk atau kurus dan tidak sesuai standar kecantikan yang beredar di masyarakat, sebanyak 36 responden mengaku seringkali membandingkan bentuk tubuhnya dengan teman ataupun idola yang dianggap memiliki bentuk tubuh yang lebih baik.

Salah satu faktor yang mempengaruhi *body image* seseorang menurut Cash dan Pruzinsky (Sari, 2019) adalah media massa. Media kerap kali menampilkan tubuh ideal yang direpresentasikan oleh para model atau selebriti. Di mana tubuh ideal pria identik dengan massa otot dan tubuh ideal wanita berfokus pada tubuh yang kurus dan langsing. Semakin sering seseorang melihat sosok tubuh ideal tersebut maka semakin besar pula ketidakpuasan yang dimilikinya terhadap tubuhnya sendiri. Terlebih lagi apabila sosok yang menjadi model tubuh ideal tersebut merupakan selebriti yang diidolakannya.

Mengidolakan selebriti merupakan bagian dari proses pembelajaran individu melalui modeling. Bandura (Ketsoglou, 2013) menjelaskan bahwa individu

mempelajari perilaku melalui pengamatan dan imitasi orang lain dalam lingkungannya. Dalam hal ini, selebriti dapat dilihat sebagai model yang sukses secara individual dalam masyarakat dan fans terinspirasi untuk mengimitasi dan membentuk hubungan dengan selebriti favorit mereka. Kebanyakan remaja terutama perempuan memiliki keinginan untuk mengikuti segala sesuatu yang dilakukan dan dimiliki idolanya termasuk memiliki tubuh yang bagus dan dianggap ideal. Selebriti-selebriti asal Korea Selatan menjadi sosok yang paling digandrungi oleh kebanyakan remaja di dunia tidak terkecuali di Indonesia. Menurut survey yang dilakukan oleh CNN, penggemar musik *K-Pop* di Indonesia terus mengalami peningkatan yang signifikan dalam kurun waktu satu dekade terakhir ini seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan media sosial (Zakiah et al., 2019).

Peran media cukup besar dalam kaitannya menghubungkan antara penggemar dan selebriti favoritnya. Hal tersebut menimbulkan hubungan parasosial dengan tokoh yang ditampilkan media. Hubungan parasosial adalah merupakan suatu interaksi sosial yang terjalin antara individu dengan artis atau tokoh media dan terjadi seperti interaksi sosial secara langsung. Hal ini disebabkan karena otak manusia memproses pengalaman melihat melalui media sama seperti “pengalaman langsung”, individu secara khusus bereaksi terhadap artis yang mereka sukai seperti yang mereka lakukan terhadap orang yang secara nyata ada di depan mereka. Bentuk hubungan parasosial yang saat ini terjadi pada kalangan remaja adalah *celebrity worship*.

*Celebrity worship* adalah perilaku obsesi individu untuk terlalu terlibat di setiap kehidupan selebriti sehingga terbawa dalam kehidupan sehari-hari individu

tersebut Maltby (Lawton, 2012). *Celebrity worship* atau pemujaan selebriti adalah istilah yang menggambarkan ketertarikan dan kekaguman berlebihan yang dimiliki sebagian orang terhadap orang-orang terkenal, seperti aktor, penyanyi, atlet, atau *influencer*. Pemujaan selebriti dapat berkisar dari hobi yang tidak berbahaya hingga obsesi patologis, bergantung pada tingkat keterlibatan dan keterikatan yang dimiliki orang tersebut dengan idolanya.

Ciri-ciri *celebrity worship* menurut Maltby (Lawton, 2012) yaitu *fans* tertarik untuk mendapatkan informasi lebih banyak mengenai idolanya, *fans* senang membicarakan idola kepada teman-temannya, saling bertukar informasi mengenai idolanya, *fans* merasa tertarik untuk melihat lagi penampilan dari sang idola, empati, imitasi, *fans* memiliki perilaku dan fantasi tidak terkontrol terhadap idolanya, *fans* berperilaku obsesif terhadap idolanya dan *fans* kerap histeris jika melihat ataupun mendengar nama idolanya. Tingkat fanatisme beberapa penggemar *K-pop* ada yang melampaui batas wajar dan dapat dikatakan ekstrim. Salah satu contohnya adalah seorang penggemar grup musik *BTS* yang bernama Olli London yang berasal dari negara Inggris nekat melakukan berbagai rangkaian operasi plastik berkali-kali guna memiliki fitur wajah yang mirip dengan idolanya tersebut. Selain Olli, banyak penggemar *kpop* di berbagai belahan dunia lain yang memiliki hubungan parasosial dengan idolanya. Obsesi tersebut tanpa disadari memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan sehari-hari mereka.

Fenomena yang terjadi pada penggemar *Blackpink* atau *Blink* di kota Palembang ialah penggemar selalu mencari informasi dan *update* terbaru tentang idolanya, menghabiskan waktu untuk menonton konten dari idolanya serta mengikuti segala sesuatu yang berhubungan dengan idolanya mulai dari cara

berpakaian hingga caranya bersikap. Mereka terobsesi dengan segala hal yang dilakukan idolanya bahkan tanpa sadar obsesi tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap kehidupan sehari-hari mereka. Penggemar ikut merasakan kesedihan saat idolanya terlibat masalah atau skandal sehingga mereka tidak bersemangat untuk melakukan kegiatan sehari-harinya termasuk sekolah dan belajar. Penggemar juga menghabiskan banyak uang dan rela menabung untuk membeli barang yang dipromosikan idolanya meskipun barang itu tidak penting.

Penelitian ini dilakukan pada Komunitas *Blink* Palembang yang mana subjek penelitian ini merupakan remaja penggemar *Blackpink*. Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada subjek DNA (*Personal Communication*, 29 Oktober 2023) yang dijumpai di acara perkumpulan komunitas *Blink* berjudul *Noraebang Area* yang berlokasi di salah satu pusat perbelanjaan di Palembang, didapatkan fenomena ciri-ciri *celebrity worship* yaitu *fans* tertarik untuk mendapatkan informasi lebih banyak mengenai idolanya. Subjek menyatakan bahwa ia selalu mencari berita dan informasi terbaru mengenai aktivitas para member *Blackpink* melalui media sosial seperti *Instagram*, *Twitter* dan *Tiktok*. Subjek juga mengikuti berbagai portal berita dan tergabung dalam komunitas penggemar agar tidak ketinggalan informasi apapun dari idolanya. Subjek merasa cemas apabila tidak mengikuti perkembangan aktivitas *Blackpink* meskipun hanya sebentar.

Wawancara yang dilakukan kepada subjek IJ (*Personal Communication*, 29 Oktober 2023), didapatkan fenomena kedua ciri-ciri *celebrity worship* yaitu *fans* senang membicarakan idola kepada teman-temannya. Subjek menyatakan bahwa ia sering menjadikan idolanya sebagai topik pembicaraan saat mengobrol

dengan teman-temannya terlebih lagi karena ia memiliki teman yang mengidolakan selebriti yang sama yaitu Jisoo *Blackpink*. Subjek akan merasa gelisah dan apabila tidak membicarakan idolanya dengan temannya.

Hasil wawancara yang dilakukan kepada subjek AMG (*Personal Communication*, 29 Oktober 2023), didapatkan fenomena ketiga ciri-ciri *celebrity worship* yaitu saling bertukar informasi mengenai idolanya. Subjek menyatakan bahwa ia tergabung dalam sebuah grup penggemar di *Twitter* di mana mereka saling berbagi dan bertukar informasi mengenai idolanya dari berbagai sumber berita baik di Indonesia maupun sumber berita internasional.

Peneliti melakukan wawancara kepada subjek SHB (*Personal Communication*, 29 Oktober 2023), didapatkan fenomena keempat ciri-ciri *celebrity worship* yaitu fans merasa tertarik untuk melihat lagi penampilan dari sang idola. Subjek menyatakan bahwa dia pernah melihat dan menonton secara langsung konser *Blackpink* di Jakarta. Menurut subjek, pengalaman itu sangat berkesan dan tidak akan pernah dia lupakan. Subjek juga menyebutkan bahwa ia sedang menabung agar bisa kembali melihat idolanya lagi saat *Blackpink* menggelar konser lagi di Indonesia. Subjek merasakan euforia dan perasaan bahagia saat bisa melihat *Blackpink* secara langsung.

Pada wawancara yang dilakukan kepada subjek RH (*Personal Communication*, 29 Oktober 2023), didapatkan fenomena selanjutnya dari ciri-ciri *celebrity worship* yaitu empati. Subjek menyatakan bahwa ia turut merasakan kesedihan saat Jennie *Blackpink* mengalami insiden kecelakaan dan jatuh dari atas panggung konser hingga cedera berat dan harus vakum selama hampir dua bulan

lamanya. Subjek merasa khawatir dan cemas akan nasib dan keadaan idolanya sehingga selalu menunggu kabar dari idolanya tersebut.

Pendapat yang dikemukakan subjek TRS dalam wawancara (*Personal Communication*, 29 Oktober 2023), didapatkan fenomena selanjutnya dari ciri-ciri *celebrity worship* yaitu imitasi. Subjek menyatakan bahwa ia sangat menyukai warna rambut Rose *Blackpink* sehingga subjek ikut mewarnai rambutnya menjadi *blonde* agar terlihat seperti idolanya itu. Subjek juga kerap membeli pakaian yang mirip dengan yang dikenakan sang idola. Subjek merasa lebih senang dan percaya diri dengan warna rambut serta *style* yang mirip idolanya.

Wawancara selanjutnya yang dilakukan kepada subjek WDR (*Personal Communication*, 29 Oktober 2023), didapatkan fenomena selanjutnya dari ciri-ciri *celebrity worship* yaitu *fans* memiliki perilaku dan fantasi tidak terkontrol terhadap idolanya. Subjek menganggap bahwa idolanya adalah miliknya dan subjek berpikir bahwa ia bisa berpacaran dengan Rose *Blackpink* suatu saat nanti. Subjek juga merasakan perhatian yang diberikan idolanya sebagai bentuk perasaan cinta dan bukan sekedar hubungan antara penggemar dengan idola biasa.

Pendapat dari hasil wawancara yang dilakukan kepada subjek JRS (*Personal Communication*, 29 Oktober 2023), didapatkan fenomena selanjutnya dari ciri-ciri *celebrity worship* yaitu *fans* berperilaku obsesif terhadap idolanya. Subjek menyatakan bahwa ia tidak rela apabila ada temannya yang ikut mengidolakan selebriti yang sama. Subjek juga menyatakan jika ia tidak senang dan kecewa saat idolanya yaitu Jennie *Blackpink* dikonfirmasi berkencan dengan

Kai EXO dan tidak segan meninggalkan komentar kebencian dan *bullying* di akun media sosial milik Kai tersebut hingga mendesak agar idolanya putus.

Dalam wawancara yang peneliti lakukan kepada subjek terakhir DA (*Personal Communication*, 29 Oktober 2023), didapatkan fenomena terakhir dari ciri-ciri *celebrity worship* yaitu fans kerap histeris jika melihat ataupun mendengar nama idolanya. Subjek menyatakan bahwa ia seringkali berlaku heboh dan berteriak histeris saat melihat *Blackpink* muncul di siaran televisi. Subjek merasakan kebahagiaan saat bisa melihat dan mendengar nama sang idola disebutkan.

Selain dengan wawancara yang peneliti lakukan di atas, penelitian ini juga di dukung dengan angket awal yang peneliti berikan pada tanggal 29 Oktober 2023 yang disebar kepada 40 orang remaja putri di Komunitas *Blink* Palembang sebagai responden. Angket ini diambil dan dibuat berdasarkan ciri-ciri *Celebrity Worship* diantaranya *fans* tertarik untuk mendapatkan informasi lebih banyak mengenai idolanya, *fans* senang membicarakan idola kepada teman-temannya, saling bertukar informasi mengenai idolanya, *fans* merasa tertarik untuk melihat lagi penampilan dari sang idola, empati, imitasi, *fans* memiliki perilaku dan fantasi tidak terkontrol terhadap idolanya, *fans* berperilaku obsesif terhadap idolanya dan *fans* kerap histeris jika melihat ataupun mendengar nama idolanya. Dari hasil angket yang disebar tersebut didapatkan hasil 40 subjek sering mencari informasi terbaru tentang idolanya, 27 subjek sering membahas idolanya dengan temannya, 33 subjek sering bertukar informasi mengenai sang idola dengan sesama penggemar, 36 subjek memiliki keinginan untuk menonton langsung penampilan idolanya, 28 subjek ikut senang saat idolanya memenangkan



penghargaan, 21 subjek kerap mengikuti cara berpakaian idolanya, 11 subjek memiliki fantasi yang tidak wajar pada idolanya dan 24 subjek sering histeris saat melihat idolanya tampil di televisi.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Hubungan *Celebrity Worship Girlband Blackpink* Dengan *Body Image* Pada Remaja Di Komunitas *Blink* Palembang”.

## **B. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *celebrity worship girlband Blackpink* dengan *body image* pada remaja di komunitas *Blink* Palembang.

## **C. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan sumbangsih dalam menambah wawasan pengetahuan serta pengembangan karya ilmiah pada bidang ilmu psikologi khususnya dalam bidang psikologi sosial.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **2.1 Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi ilmu tambahan yang bermanfaat bagi peneliti dan memberikan pengetahuan yang lebih mengenai *celebrity worship* dan hubungannya dengan *body image* serta berbagai efek negatif yang

mengiringi khususnya bagi remaja yang melakukan pengidolaan terhadap selebriti secara berlebihan.

## **2.2 Bagi Komunitas Blink**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan baru kepada anggota komunitas *Blink* mengenai hubungan *celebrity worship* dengan *body image* sehingga mampu melakukan pengidolaan secara sewajarnya dan dapat memiliki *body image* dan penerimaan diri yang positif serta agar dapat meminimalisir efek negatif pengidolaan berlebihan yang berpotensi membahayakan kesehatan dan merugikan secara moral maupun materil .

## **2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan serta dapat menjadi salah satu sumber acuan atau referensi untuk penelitian dengan tema dan lingkup serupa di masa depan agar dapat lebih dikembangkan menjadi penelitian yang lebih sempurna.

## **D. Keaslian Penelitian**

Keaslian penelitian adalah beberapa hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki karakteristik yang hampir serupa dalam hal tema yang dikaji, meskipun terdapat perbedaan dalam hal kriteria subjek, variabel penelitian maupun metode analisis yang digunakan. Penelitian yang akan dilakukan mengenai “Hubungan *Celebrity Worship Girlband Blackpink* Dengan *Body Image* Pada Remaja Di Komunitas *Blink* Palembang”.

Peneleitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh (Millenia & Soetjningsih, 2023) mengenai *Celebrity Worship Dan Body Image Pada Remaja Usia 15-18 Tahun Yang Mengidolakan K-Pop*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dan *body image* pada remaja. Hasil penelitian didapatkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara dimensi *celebrity worship intense personal feeling* dan *celebrity worship borderline-pathological tendency* dengan *body image*. Hal ini menunjukkan semakin tinggi dimensi *celebrity worship intense personal feeling* dan *celebrity worship borderline-pathological tendency* maka akan semakin rendah *body image* remaja, dan sebaliknya semakin rendah *celebrity worship intense personal feeling* dan *celebrity worship borderline-pathological tendency* remaja maka akan semakin tinggi *body image* yang dimiliki.

Penelitian ini juga hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ahmad & Kristiutami, 2020) mengenai *Celebrity worship and body image satisfaction : An analytical research among adolescents in Tangerang Indonesia*. Penelitian ini menggunakan metode *cross sectional* dengan sampel sebanyak 126 orang remaja SMK di Tangerang dan diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adanya hubungan antara perilaku *celebrity worship* dengan kepuasan citra tubuh pada remaja SMK di Tangerang.

Penelitian ini juga hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh elvy dengan judul Pengaruh *Beauty Vlogger Terhadap Body Image Siswa Kelas XI MAN 3 Langkat Plus Keterampilan Provinsi Sumatera Utara*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *beauty vlogger* mempengaruhi

*body image* siswa kelas XI di MAN 3 Langkat Plus Keterampilan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini melibatkan sampel 60 siswa yang memenuhi kriteria mengetahui *beauty vlogger*. Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner berupa kuesioner *beauty vlogger* dan *body image*. Setelah dilakukan uji korelasi, didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara *beauty vlogger* dengan *body image*, karena nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ .

Penelitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh (Arsy, 2023) mengenai Pengaruh Konsep Diri Dan *Celebrity Worship* Terhadap *Body Image* Pada Penggemar BTS. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 91 responden. Berdasarkan hasil analisis uji anova pada penelitian ini didapatkan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ , artinya nilai Sig. lebih kecil dari 0,05 sehingga bisa disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima, yang berarti terdapat pengaruh simultan antara konsep diri dan *celebrity worship* terhadap *body image* pada penggemar *BTS*.

Penelitian ini juga hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh (Utami, 2019) mengenai *The Relationship Between Celebrity Worship And Body Image Adolescent Who Idolize K-Pop*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan hubungan antara pemujaan selebriti dan *body image* remaja yang mengidolakan *K-pop* di SMP Negeri 45 Bandung. Pesertanya berjumlah 111 remaja yang mengidolakan *K-pop*, menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemujaan terhadap selebriti berada pada kategori moderat kategori dengan persentase sebesar 43,24%, *body image* pada kategori positif dengan persentase sebesar 56,8%, dan terdapat hubungan yang cukup negatif signifikan antara pemujaan selebriti dan citra tubuh.

Penelitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan (Shabahang, McCutcheon, Chirani, & Sheykhangafshe, 2020) mengenai *The Mediating Role of Body Image Concern in Relationship between Celebrity Worship and Avoidance of Forbidden Foods in Students of Sport Sciences*. Tujuan dari tulisan ini adalah untuk mengkaji hubungan antara pemujaan selebriti, penghindaran makanan terlarang, dan kepedulian terhadap citra tubuh. Responden penelitian ini adalah 400 mahasiswa sarjana Fakultas Pendidikan Jasmani dan Ilmu Olah Raga Universitas Guilan. Penghindaran makanan terlarang dan kepedulian terhadap citra tubuh berkorelasi positif dengan pemujaan selebriti. Selain itu, temuan ini menunjukkan adanya peran mediasi kepedulian terhadap citra tubuh dalam hubungan antara pemujaan selebriti dan penghindaran makanan terlarang.

Penelitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lin et al., 2023) mengenai *Exploring the links between celebrity worship, body dissatisfaction, and disordered eating among young adult celebrity worshippers in China*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan pemujaan selebriti dengan ketidakpuasan tubuh dan gangguan makan di Tiongkok. Sebanyak 593 pemuja selebriti dewasa muda di Tiongkok direkrut secara *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemujaan terhadap selebriti berkorelasi positif dengan ketidakpuasan terhadap tubuh dan gangguan pola makan pada remaja di Tiongkok.

Penelitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jung & Hwang, 2016) mengenai *Associations between attitudes toward cosmetic surgery, celebrity worship, and body image among South Korean and US female college students*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara sikap

terhadap bedah kosmetik, pemujaan selebriti, dan citra tubuh di kalangan mahasiswi Korea Selatan dan Amerika. Sebanyak 370 mahasiswa perempuan direkrut untuk survei dari universitas pusat di Seoul, Korea Selatan ( $n = 196$ ) dan universitas Atlantik tengah di AS ( $n = 174$ ). Peserta dari Korea Selatan menunjukkan penerimaan yang lebih besar terhadap bedah kosmetik dibandingkan peserta dari Amerika, sedangkan peserta dari Amerika menunjukkan sikap yang lebih positif terhadap selebriti favorit mereka dibandingkan peserta dari Korea Selatan. Bagi peserta di AS, tingkat ketidakpuasan terhadap tubuh berhubungan negatif dengan penerimaan terhadap bedah kosmetik, sedangkan sikap terhadap selebriti favorit dikaitkan secara positif dengan penerimaan terhadap bedah kosmetik.

Penelitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh (Narula & Varma, 2018) mengenai *The Influence Of Personality (Extraversion And Neuroticism) On Body Image, Mediated By Celebrity Worship, Among Thai Female Adolescents In Bangkok*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung dari dua dimensi kepribadian (ekstraversi dan neurotisme) terhadap citra tubuh, yang dimediasi oleh pemujaan selebriti, di kalangan remaja di Bangkok. Sebanyak 250 remaja perempuan direkrut dari berbagai lokasi/situs di Metropolitan Bangkok melalui *convenience sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh tidak langsung dari kepribadian (ekstraversi dan neurotisme) terhadap citra tubuh, yang dimediasi oleh dimensi pemujaan selebriti (hiburan-sosial, intens-pribadi, dan ambang-patologis).

Penelitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ho, Lee, & Liao, 2016) mengenai *Social Network Sites, Friends, and Celebrities: The Roles of Social Comparison and Celebrity Involvement in Adolescents' Body Image Dissatisfaction*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh keterlibatan remaja dibandingkan dengan teman dan selebriti di situs jejaring sosial (SNS) terhadap (a) ketidakpuasan terhadap citra tubuh (BID) dan (b) dorongan mereka untuk menjadi kurus atau berotot. Penelitian ini juga menguji keterlibatan selebriti sebagai anteseden dari variabel hasil. Data dikumpulkan melalui survei terhadap 1.059 remaja di Singapura. Analisis regresi menunjukkan bahwa penggunaan SNS berhubungan dengan BID remaja.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian terdahulu yaitu terdapat perbedaan yang berasal dari subjek penelitian, lokasi penelitian yang digunakan, data-data yang digunakan peneliti tentang *Celebrity Worship Girlband Blackpink* dengan *Body Image* pada remaja di Komunitas *Blink Palembang* yang belum pernah diteliti sebelumnya sehingga dapat dipertanggungjawabkan mengenai keaslian dalam penelitiannya.