



Celebrity Worship dengan Body Dissatisfaction pada Mahasiswa Penggemar K-Pop

Celebrity Worship and Body Dissatisfaction among Female University Student Who Are K-Pop Fans

Shilfani Fitri Wahyuningsih¹, Qurrota A'yuni Fitriana²

^{1,2} Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Abstrak. *Body dissatisfaction* merupakan masalah psikologis yang sering dialami perempuan, ditandai dengan ketidakpuasan terhadap bentuk, berat, dan penampilan tubuh. Berbagai faktor dapat memengaruhi ketidakpuasan tubuh, salah satunya adalah faktor eksternal berupa paparan standar kecantikan yang ditampilkan dalam media populer, seperti budaya K-Pop. Budaya K-Pop menampilkan figur idola dengan standar kecantikan tertentu yang menjadi objek kekaguman bagi para penggemarnya. Salah satu bentuk keterlibatan penggemar terhadap idola dikenal sebagai *celebrity worship*, yaitu hubungan parasosial yang ditandai dengan ketertarikan emosional terhadap selebriti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dan *body dissatisfaction* pada mahasiswa penggemar K-Pop. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat hubungan antara *celebrity worship* dan *body dissatisfaction*. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Penelitian ini melibatkan 164 mahasiswa penggemar K-Pop berusia 18–25 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Instrumen yang digunakan berupa skala *body dissatisfaction* berdasarkan aspek dari Cooper dan *Celebrity Attitude Scale* oleh McCutcheon. Analisis data menggunakan uji korelasi Pearson. Hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi $r = 0,137$ dengan $p = 0,081$ ($p > 0,05$). Temuan ini memperkaya kajian mengenai dinamika psikologis penggemar K-Pop terkait evaluasi diri dan menjadi landasan bagi institusi pendidikan untuk menyusun program edukasi terkait penerimaan tubuh dan literasi media bagi mahasiswa.

Kata kunci: *body dissatisfaction*, *celebrity worship*, penggemar K-Pop

Abstract. *Body dissatisfaction*, characterized by dissatisfaction with body shape, weight, and physical appearance, is a common psychological concern among women. This condition is influenced by various factors, particularly external influences such as beauty standards portrayed in popular media, including K-Pop culture. K-Pop idols often embody specific aesthetic ideals that become objects of admiration among fans. One form of fan engagement is known as *celebrity worship*, defined as a parasocial relationship characterized by strong emotional attachment to a celebrity. This study aimed to examine the relationship between *celebrity worship* and *body dissatisfaction* among female university students who are K-Pop fans. The hypothesis proposed that there is a relationship between *celebrity worship* and *body dissatisfaction*. The study employed a quantitative method with a correlational design. The study involved 164 female students, who are K-Pop fans, aged 18–25 years. The sampling technique used was *convenience sampling*. Instruments included a *body dissatisfaction scale* based on aspects from Cooper and the *Celebrity Attitude Scale* by McCutcheon. Data analysis employed the Pearson correlation test. The results yielded a coefficient of $r = 0.137$ with $p = 0.081$ ($p > 0.05$). These findings contribute to the body of research on the psychological dynamics of K-Pop fans regarding self-evaluation and provide a foundation for educational institutions to develop educational programs on body acceptance and media literacy for students.

Keywords: *body dissatisfaction*, *celebrity worship*, K-Pop fans

DOI:

10.15575/jops.v5i1.52904

Copyright © 2026 Penulis. Diterbitkan oleh Fakultas Psikologi UIN SGD Bandung, Indonesia.

Artikel ini merupakan artikel Open Access dengan lisensi CC BY 4.0

* Corresponding author: Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya, Jl. Lidah Wetan, Kec. Lakarsantri, Surabaya 60213, Indonesia

E-mail: 24120664189@mhs.unesa.ac.id

JoPS :

Journal of Psychology Students

Vol 5 : 1, Mei 2026,

Halaman 38 - 47

ISSN 2962-2352 (online);
2830-0998 (print)

Info Artikel

Received:

10 April 2026

Accepted:

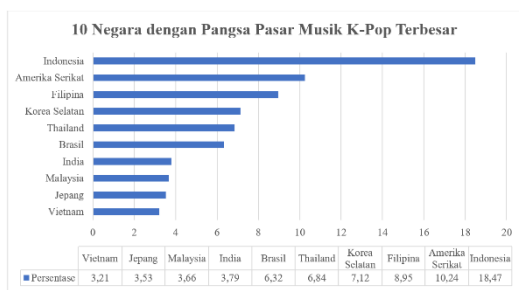
29 Mei 2026

Published:

31 Mei 2026

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dan globalisasi telah memperkuat pertukaran budaya populer antarnegara sehingga musik dan media asing kini mudah diakses lintas batas. Dalam beberapa dekade terakhir, musik dari Korea Selatan atau yang dikenal sebagai Korean Pop (K-Pop) mengalami pertumbuhan pesat dari segi konsumsi dan pengaruh budaya hingga menjadi suatu aliran budaya global (Kim & Kwon, 2022). Selain musik, penyebaran K-Pop telah merambah gaya berpakaian, bahasa, hingga perilaku sosial yang diadopsi oleh masyarakat (Novianty & Srimulyani, 2024). Fenomena ini menegaskan bahwa K-Pop bukan hanya musik, tetapi juga bagian dari budaya populer global.

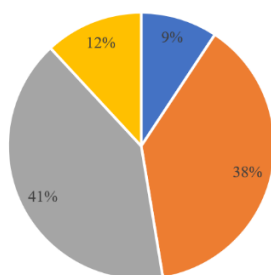


Gambar 1. Pangsa Pasar Musik K-Pop Terbesar (Alfathi, 2025)

Berdasarkan gambar di atas, Indonesia merupakan negara dengan pangsa pasar musik K-Pop terbesar di dunia, yaitu 18,47%. Angka tersebut jauh melampaui negara lain seperti Amerika Serikat (10,24%) dan Filipina (8,95%). Kondisi ini menunjukkan bahwa konsumsi dan antusiasme masyarakat Indonesia terhadap K-Pop sangat tinggi dalam skala global. Temuan ini menegaskan bahwa Indonesia adalah pasar utama sekaligus basis penggemar yang sangat besar bagi industri K-Pop.

Usia Penggemar K-Pop di Indonesia

■ 10-15 Tahun ■ 15-20 Tahun ■ 20-25 Tahun ■ > 25 Tahun



Gambar 2. Rata-Rata Usia Penggemar K-Pop di Indonesia (Isril & Yulianto, 2024)

Berdasarkan gambar tersebut, terlihat bahwa kelompok usia 20–25 tahun mendominasi jumlah penggemar K-Pop di Indonesia dengan persentase 41%, diikuti usia 15–20 tahun (38%), usia > 25 tahun (12%), dan usia 10–15 tahun (9%). Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar berada pada rentang usia dewasa awal yang secara umum berstatus mahasiswi (Lestari & Mariyati, 2025). Selain itu, data juga menunjukkan bahwa penggemar K-Pop di Indonesia didominasi oleh perempuan sebanyak 92,1% (Isril & Yulianto, 2024). Hal ini memperjelas bahwa penggemar K-Pop lebih banyak berasal dari perempuan dibandingkan laki-laki.

Pada fase dewasa awal, individu berada dalam tahap perkembangan psikososial yang ditandai oleh proses pencarian identitas diri dan pembentukan konsep diri (Papatungan, 2023). Pada tahap ini, individu mengeksplorasi nilai, minat, serta peran sosial untuk memperoleh pemahaman tentang siapa dirinya. Paparan berulang terkait figur idola yang menampilkan tubuh ideal, seperti tubuh langsing, wajah simetris, dan kulit cerah, dapat membentuk internalisasi standar kecantikan pada penggemar (Utami, 2022). Akibatnya, standar tubuh ideal K-Pop dapat memengaruhi persepsi tubuh penggemar perempuan.

Faktanya, remaja perempuan penggemar K-Pop di Indonesia sering membandingkan tubuh mereka dengan artis K-Pop, sehingga tingkat *body dissatisfaction* semakin tinggi (Hutabarat & Agustina, 2024). *Body dissatisfaction* merupakan keadaan individu yang merasakan ketidakpuasan terhadap bentuk, ukuran, atau penampilan tubuhnya (Anjela & Ambarwati, 2022). *Body dissatisfaction* muncul dari kesenjangan antara persepsi tubuh aktual dengan gambaran tubuh ideal. Ketika standar tersebut dijadikan tolok ukur, risiko munculnya ketidakpuasan terhadap tubuh pada individu dewasa awal dapat meningkat (Azzuhurf dkk., 2025).

Kecenderungan tersebut juga tidak terlepas dari tingkat keterikatan psikologis penggemar kepada selebriti yang dikagumi. Keterikatan ini dikenal sebagai *celebrity worship*, yaitu bentuk keterlibatan obsesif terhadap idola yang berkembang dari hiburan menjadi ikatan personal (Talibo dkk., 2025). Semakin tinggi tingkat *celebrity worship*, maka semakin besar perhatian individu terhadap kehidupan, penampilan, dan karakteristik fisik selebriti yang dikagumi (Auwallina & Febriansah, 2025).



Gambar 3. Rata-Rata Durasi Mengakses Konten Idola Korea Selatan dalam Sehari (Annur, 2022)

Berdasarkan gambar tersebut, mayoritas penggemar mengakses konten idola Korea Selatan selama 1–3 jam per hari (41,10%), diikuti < 1 jam (24,70%), 3–6 jam (18,90%), dan > 6 jam (10,20%) yang menunjukkan tingkat paparan harian yang cukup intens. Durasi tersebut memperkuat kedekatan emosional dengan idola dan mendorong terbentuknya *celebrity worship*. Semakin sering individu terpapar konten selebriti, maka semakin besar keterlibatan psikologis yang berkembang (Awallina & Febriansah, 2025).

Keterlibatan psikologis yang tinggi terhadap idola melalui *celebrity worship* dapat memperkuat kecenderungan individu untuk menjadikan selebriti sebagai standar evaluasi diri, termasuk dalam aspek fisik (Munawwarah & Suryaningrum, 2024). Kondisi ini meningkatkan frekuensi perbandingan sosial antara tubuh individu dan tubuh selebriti yang dianggap ideal. Apabila individu menilai dirinya tidak sesuai dengan standar tersebut, maka potensi munculnya *body dissatisfaction* menjadi lebih besar (Wahyuni dkk., 2024). Maka dari itu, *celebrity worship* dapat berperan sebagai faktor psikologis yang menjembatani paparan konten idola dengan meningkatnya ketidakpuasan terhadap tubuh (Lin dkk., 2023).

Penelitian ini dilakukan di salah satu universitas di Surabaya yang merupakan kota metropolitan dan memiliki akses tinggi terhadap K-Pop (Shafwa & Sudrajat, 2023). Selain itu, universitas ini memiliki jumlah mahasiswi aktif yang signifikan pada tahun 2025. Perbedaan latar belakang sosial budaya di lingkungan universitas memberikan peluang untuk melihat variasi hubungan antara *celebrity worship* dengan *body dissatisfaction* di antara mahasiswi yang mempunyai tingkat keterlibatan K-Pop yang intens.

Beberapa penelitian terdahulu menemukan hubungan antara *celebrity worship* dan *body dissatisfaction/body image* (Lin dkk., 2023), sementara

studi lainnya tidak menunjukkan hubungan yang signifikan (Anggraini, 2025). Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya mengkaji hubungan *celebrity worship* dengan *body image* pada penggemar K-Pop secara umum atau pada idola tertentu saja, bukan *body dissatisfaction* (Munawwarah & Suryaningrum, 2024; Millenia & Soetjiningasih, 2023; Arsy, 2023).

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus mahasiswi penggemar K-Pop di salah satu universitas di Surabaya dengan menguji hubungan antara *celebrity worship* dan *body dissatisfaction* dalam satu model penelitian. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk meneliti hubungan antara *celebrity worship* dengan *body dissatisfaction* pada mahasiswi penggemar K-Pop di salah satu universitas di Surabaya.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain korelasional. Desain korelasional dipilih oleh peneliti dengan tujuan untuk menguji adanya hubungan antara dua variabel, yaitu *celebrity worship* sebagai variabel independen (X) dan *body dissatisfaction* sebagai variabel dependen (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi aktif di salah satu universitas di Surabaya yang menggemari K-Pop. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*, yaitu teknik non-probabilitas yang memilih partisipan berdasarkan kemudahan akses dan ketersediaan, sehingga keterwakilan sampel terhadap populasi menjadi terbatas (Golzar dkk., 2022).

Adapun kriteria dalam penelitian ini adalah mahasiswi aktif, perempuan, berusia 18–25 tahun, dan penggemar K-Pop. Untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus Lemeshow sebagai berikut.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416^2 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

(1)

Keterangan:

- n : jumlah sampel minimum
- Z : nilai Z pada tingkat kepercayaan 95% (1,96)
- p : proporsi populasi yang diasumsikan (0,5)

e : tingkat kesalahan atau *margin of error* (10% atau 0,1)

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh jumlah sampel sebesar 96,04 yang dibulatkan menjadi 96 responden.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah suatu instrumen dengan bentuk kuesioner. Menurut Sugiyono (2022), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dalam penelitian ini disusun dan disebarluaskan secara daring menggunakan *Google Forms* dari 3 November hingga 14 November 2025. Pada bagian awal terdapat pernyataan *informed consent* yang berisi tujuan penelitian dan kerahasiaan data responden.

Responden yang diperoleh dalam penelitian ini melibatkan 164 mahasiswi penggemar K-Pop di salah satu universitas di Surabaya. Rentang usia responden berada pada 18 hingga 25 tahun dengan jumlah terbanyak berusia 19 tahun, yaitu 67 orang (40,9%), diikuti usia 20 tahun sebanyak 44 orang (26,8%) dan usia 18 tahun sebanyak 39 orang (23,8%). Berdasarkan jenjang pendidikan, mayoritas responden merupakan mahasiswi program sarjana sebanyak 159 orang (97%), sedangkan sisanya berasal dari Diploma 4 sebanyak 4 orang (2,4%) dan Diploma 3 sebanyak 1 orang (0,6%).

Ditinjau dari asal fakultas, responden paling banyak berasal dari Fakultas Psikologi sebanyak 45 orang (27,4%), diikuti Fakultas Hukum sebanyak 25 orang (15,2%), serta fakultas lainnya dengan proporsi yang bervariasi. Berdasarkan indeks massa tubuh (IMT), sebagian besar responden berada pada kategori normal, yaitu 81 orang (49,4%), dan mayoritas responden telah menggemari K-Pop selama lebih dari empat tahun sebanyak 124 orang (75,6%).

Instrumen untuk mengukur variabel *body dissatisfaction* disusun oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek *body dissatisfaction* dari teori (Cooper dkk., 1987), yaitu 1) *self-perception of body shape*, 2) *comparative perception of body image*, 3) *attitude concerning body image alteration*, 4) *severe alterations in body perception*. Skala ini berjumlah 28 aitem, yang terdiri dari 19 butir aitem *favorable* dan 9 butir aitem *unfavorable* dengan menggunakan skala Likert lima pilihan jawaban, yakni 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N), 4 = Setuju (S), 5 = Sangat Setuju (SS).

Instrumen variabel *celebrity worship* dalam penelitian ini menggunakan adaptasi *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang dikembangkan oleh McCutcheon dkk. (2002) dan digunakan dalam penelitian Blake dkk. (2023). Skala ini terdiri dari tiga dimensi, yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological*. Jumlah aitem pada skala ini 33 butir aitem *favorable*, menggunakan skala Likert empat pilihan jawaban, yakni 1 = Sangat Tidak Sesuai (STS), 2 = Tidak Sesuai (TS), 3 = Sesuai (N), 4 = Sangat Sesuai (SS).

Sebelum digunakan dalam analisis utama, instrumen diuji kualitas aitem dan konsistensinya. Pengujian dilakukan melalui analisis korelasi aitem-total (*corrected item-total correlation*) untuk melihat daya diskriminasi setiap aitem. Aitem memiliki daya diskriminasi yang memadai apabila koefisien korelasinya $\geq 0,30$ (Ghozali, 2020). Selanjutnya, reliabilitas instrumen akan diuji menggunakan koefisien *Cronbach's alpha* dengan ketentuan nilai $\alpha \geq 0,70$ menunjukkan konsistensi internal yang baik (Sekaran & Bougie, 2019).

Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini berupa uji analisis statistik deskriptif, uji asumsi dasar sebagai syarat uji korelasi, yaitu uji normalitas dan uji linearitas, selanjutnya, uji hipotesis menggunakan bantuan aplikasi JASP 0.9 for Windows.

Hasil

Hasil skor yang diperoleh dari skala *body dissatisfaction* dan *celebrity worship* dilakukan analisis statistik deskriptif untuk mengetahui gambaran umum data penelitian sebagai berikut.

Tabel 1
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Min	Max	Mean	SD
<i>Body dissatisfaction</i>	38	127	78,37	20,05
<i>Celebrity worship</i>	47	119	77,36	14,88

Berdasarkan Tabel 1, pada variabel *body dissatisfaction* memiliki nilai minimum sebesar 38, nilai maksimum sebesar 127, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 78,37, dan nilai standar deviasi (SD) sebesar 20,05. Sementara itu, variabel *celebrity worship* memiliki nilai minimum sebesar 47, nilai maksimum

sebesar 119, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 77,36, dan nilai standar deviasi (*SD*) sebesar 14,88.

Selanjutnya, untuk memperoleh gambaran lebih rinci mengenai tingkat *body dissatisfaction* pada responden, dilakukan kategorisasi skor berdasarkan batasan nilai tertentu. Kategorisasi ini bertujuan untuk mengelompokkan responden ke dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi sehingga distribusi tingkat *body dissatisfaction* dapat terlihat dengan lebih jelas.

Tabel 2
Kategorisasi Body Dissatisfaction

Kategori	Batasan Nilai	Frekuensi	%
Rendah	< 58	29	18%
Sedang	58–98	107	65%
Tinggi	> 98	28	17%

Dari Tabel 2, dapat diketahui bahwa responden memiliki tingkat *body dissatisfaction* pada kategori sedang sebanyak 107 orang (65%), responden dengan tingkat *body dissatisfaction* pada kategori tinggi sebanyak 28 orang (17%), sedangkan responden dengan tingkat *body dissatisfaction* pada kategori rendah sebanyak 29 orang (18%). Hasil kategorisasi *body dissatisfaction* menunjukkan bahwa responden paling banyak berada pada kategori sedang. Individu dengan tingkat *body dissatisfaction* sedang masih memiliki penilaian negatif terhadap beberapa aspek tubuhnya, seperti bentuk tubuh, berat badan, atau proporsi fisik tertentu (Yasniansyah & Pratiwi, 2024).

Hasil tersebut juga dapat dijelaskan melalui karakteristik IMT, di mana mayoritas responden berada pada kategori IMT normal sebanyak 81 orang (49,4%), diikuti kategori kurang sebanyak 37 orang (22,6%), kategori berlebih sebanyak 28 orang (17,1%), serta kategori obesitas sebanyak 18 orang (11%). Individu dengan IMT normal jarang mengalami ketidakpuasan tubuh yang ekstrem dibandingkan *overweight* atau obesitas (Ahadzadeh dkk., 2018).

Pada kelompok berlebih dan obesitas, ketidakpuasan tubuh sering berkaitan dengan evaluasi negatif terhadap ukuran tubuh, kekhawatiran terhadap peningkatan berat badan, serta tekanan sosial untuk mencapai tubuh yang lebih ramping. Pratiwi dan Koanda (2025) menyatakan bahwa individu dengan obesitas cenderung melaporkan tingkat *body*

dissatisfaction yang lebih tinggi dibandingkan individu dengan berat badan normal.

Di sisi lain, proporsi responden dengan IMT kurang yang cukup besar menunjukkan variasi bentuk ketidakpuasan tubuh karena sebagian individu tidak selalu menginginkan tubuh lebih kurus, tetapi justru merasa tubuhnya terlalu kecil atau kurang proporsional (Pramono & Rossalia, 2023).

Hal ini menunjukkan bahwa IMT dalam penelitian ini dapat memengaruhi *body dissatisfaction* melalui arah yang berbeda, baik dorongan untuk menurunkan berat badan pada kelompok berlebih atau obesitas maupun dorongan untuk mencapai bentuk tubuh ideal tertentu pada kelompok IMT normal atau kurang. Oleh karena itu, dominansi kategori sedang pada *body dissatisfaction* dapat dipahami dalam distribusi IMT responden yang mayoritas berada pada kategori normal, namun tetap disertai keberadaan kelompok berlebih, obesitas, dan kurang yang berpotensi mengalami ketidakpuasan tubuh lebih tinggi.

Selanjutnya, untuk memberikan gambaran mengenai tingkat *celebrity worship* pada responden, dilakukan kategorisasi skor berdasarkan batasan nilai tertentu seperti pada tabel berikut.

Tabel 3
Kategorisasi Celebrity Worship

Kategori	Batasan Nilai	Frekuensi	%
Rendah	< 62	29	18%
Sedang	62–92	109	66%
Tinggi	> 92	26	16%

Dari Tabel 3, dapat diketahui bahwa responden memiliki tingkat *celebrity worship* pada kategori sedang sebanyak 109 orang (66%), responden memiliki tingkat *celebrity worship* pada kategori tinggi sebanyak 26 orang (16%), sedangkan responden yang memiliki tingkat *celebrity worship* pada kategori rendah sebanyak 29 orang (18%). Hasil kategorisasi *celebrity worship* menunjukkan bahwa responden paling banyak berada pada kategori sedang.

Kategori sedang ini menggambarkan bahwa keterlibatan responden terhadap idola umumnya berada pada tingkat yang masih didominasi oleh aspek *intense-personal* yang mencerminkan adanya

kedekatan emosional tertentu terhadap idola, namun belum mencapai keterlibatan yang ekstrem (Sari dkk., 2024). Subakuh dan Febrieta (2024) menyatakan bahwa mayoritas penggemar K-Pop berada pada level *intense-personal feeling* yang ditandai dengan keterlibatan emosional, rasa empati terhadap idola, serta kecenderungan meniru idola sebagai bentuk kekaguman.

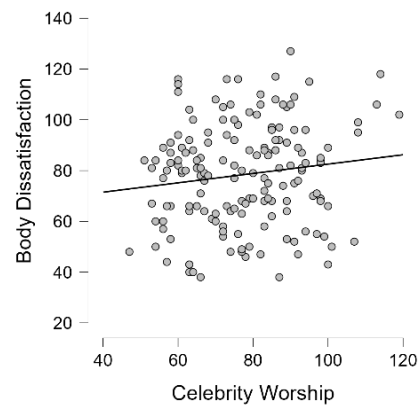
Sementara itu, kategori rendah dapat mencakup aspek *entertainment-social*, yaitu ketertarikan terhadap selebritas sebagai hiburan dan bagian dari aktivitas sosial (Siregar & Siregar, 2025). Di sisi lain, kategori tinggi berkaitan dengan aspek *borderline-pathological*, yaitu bentuk keterikatan yang lebih intens dan berlebihan terhadap selebritas (Sari dkk., 2024).

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Statistic	p
Body dissatisfaction	0,052	0,759
Celebrity worship	0,077	0,288

Sebelum dilakukan uji hipotesis, peneliti melakukan uji asumsi dasar, yaitu uji normalitas dan linearitas sebagai syarat analisis korelasi untuk melihat hubungan antara kedua variabel. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test dengan bantuan aplikasi JASP 0.9 for Windows. Uji linearitas menggunakan Scatter Plot dengan bantuan aplikasi JASP 0.9 for Windows.

Berdasarkan Tabel 4, uji normalitas pada variabel *body dissatisfaction* nilai signifikansi (p) yang diperoleh sebesar 0,759. Hal ini menunjukkan bahwa $p > 0,05$ yang artinya data berdistribusi normal. Uji normalitas pada variabel *celebrity worship* nilai signifikansi (p) yang diperoleh sebesar 0,288. Hal ini menunjukkan bahwa $p > 0,05$ yang artinya data berdistribusi normal. Maka, uji asumsi normalitas terpenuhi.



Gambar 4. Hasil Uji Linearitas (Scatter plot)

Pada Gambar 4, *scatter plot* menunjukkan sebaran titik data yang cukup menyebar dan tidak membentuk pola linear yang kuat. Garis tren tampak sedikit meningkat dari kiri ke kanan, sehingga terdapat kecenderungan hubungan positif antara *celebrity worship* dan *body dissatisfaction*. Namun, titik-titik data tidak terkonsentrasi mengikuti garis secara jelas, sehingga hubungan yang terlihat bersifat lemah. Artinya, hubungan yang tampak pada grafik cenderung linear, meskipun kekuatannya tidak terlalu kuat.

Berdasarkan hasil uji normalitas linearitas yang terpenuhi, maka uji korelasi yang digunakan adalah uji korelasi Pearson. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi Pearson. Hasil analisis yang diperoleh adalah sebagai berikut.

Tabel 5
Hasil Uji Korelasi

Variabel	N	R	P
Body dissatisfaction			
Celebrity worship	164	0,137	0,081

Berdasarkan Tabel 5, hasil perhitungan analisis korelasi diperoleh nilai signifikansi (p) sebesar 0,081 yang berarti $p > 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel tidak memiliki hubungan yang signifikan. Nilai koefisien korelasi Pearson (r) antara *celebrity worship* dengan *body dissatisfaction* sebesar 0,137, yang artinya kekuatan hubungan antara kedua variabel sangat lemah. Maka dari itu, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa “terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *body dissatisfaction* pada mahasiswi penggemar K-Pop” dinyatakan ditolak.

Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara *celebrity worship* dengan *body dissatisfaction*. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat *celebrity worship* tidak secara signifikan berkaitan dengan tingkat *body dissatisfaction* pada populasi penelitian ini. Artinya, tingkat keterlibatan responden terhadap idola tidak menjadi faktor utama yang menjelaskan variasi *body dissatisfaction*.

Body dissatisfaction merupakan kondisi evaluasi negatif terhadap bentuk tubuh, ukuran tubuh, atau penampilan fisik tertentu yang muncul akibat adanya standar ideal yang diinternalisasi (Anjela & Ambarwati, 2022). Putri dan Wahyudi (2025) menekankan bahwa *body dissatisfaction* terbentuk melalui kekhawatiran berulang terhadap bentuk tubuh serta tekanan terhadap penampilan fisik. Oleh sebab itu, ketidakpuasan tubuh pada responden lebih mungkin dipengaruhi oleh faktor lain yang lebih langsung daripada sekadar keterlibatan pada idola.

Secara teoritis, ketidakpuasan tubuh lebih kuat dijelaskan melalui *Social Comparison Theory* oleh Festinger (1954). Teori ini menyatakan bahwa individu melakukan evaluasi diri melalui perbandingan dengan orang lain ketika standar objektif tidak tersedia (Crusius dkk., 2022). Figur idola K-Pop sering menjadi target perbandingan karena menampilkan bentuk tubuh ideal yang dominan secara visual. Namun, proses yang lebih langsung memunculkan ketidakpuasan tubuh adalah kebiasaan membandingkan penampilan fisik dan menjadikan tubuh idola sebagai tolok ukur. Atiqah dkk. (2025) menjelaskan bahwa paparan media sosial meningkatkan ketidakpuasan tubuh terutama melalui mekanisme perbandingan penampilan. Hal ini menjelaskan mengapa *celebrity worship* tidak selalu menunjukkan hubungan langsung dengan *body dissatisfaction*.

Celebrity worship sendiri terdiri dari dimensi *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological* (McCutcheon dkk., 2002). Pada sebagian besar penggemar, keterlibatan terhadap idola masih berada pada taraf hiburan dan aktivitas sosial, sehingga tidak berkembang menjadi keterikatan ekstrem yang memengaruhi evaluasi tubuh secara mendalam. Hal ini sejalan dengan hasil kategorisasi responden yang mayoritas berada pada tingkat *celebrity worship* sedang. Maka dari itu, keterlibatan responden lebih dominan sebagai bentuk kesenangan

dan interaksi penggemar dibanding sebagai tekanan langsung terhadap tubuh.

Temuan tidak signifikannya hubungan kedua variabel ini sejalan dengan penelitian Anggraini (2025) yang menyatakan bahwa *celebrity worship* tidak memiliki hubungan dengan *body dissatisfaction* karena ketidakpuasan tubuh lebih sering dipengaruhi oleh tekanan sosial dan standar penampilan yang lebih luas. Artinya, penggemar dapat memiliki keterlibatan tinggi pada idola tanpa selalu mengalami ketidakpuasan tubuh yang lebih besar.

Namun, temuan ini tidak sejalan dengan penelitian Lin dkk. (2023) yang menyatakan bahwa *celebrity worship* memiliki hubungan dengan *body dissatisfaction*. Perbedaan temuan ini dapat disebabkan oleh perbedaan konteks budaya karena penelitian Lin dkk. (2023) dilakukan pada dewasa muda di Tiongkok, sedangkan penelitian ini berfokus pada mahasiswi di Indonesia. Selain itu, perbedaan ukuran sampel juga dapat memengaruhi kekuatan statistik serta sensitivitas dalam mendeteksi hubungan antarvariabel.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa *celebrity worship* tidak menunjukkan hubungan signifikan dengan *body dissatisfaction* pada mahasiswi penggemar K-Pop di salah satu universitas di Surabaya. *Body dissatisfaction* lebih kuat dipengaruhi oleh mekanisme perbandingan sosial, internalisasi standar tubuh ideal, serta faktor fisik (Putri & Wahyudi, 2025). Oleh sebab itu, *celebrity worship* tidak dapat ditempatkan sebagai prediktor utama *body dissatisfaction* pada kelompok responden dengan keterlibatan idola yang dominan pada kategori sedang.

Keterbatasan dalam penelitian ini yang pertama, yaitu desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif korelasional, sehingga penelitian ini tidak dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat antara *celebrity worship* dan *body dissatisfaction*. Kedua, penelitian ini hanya melibatkan mahasiswi di satu universitas dan jumlah sampel yang didapatkan termasuk kecil, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada populasi penggemar K-Pop yang lebih luas dengan latar belakang budaya dan sosial yang berbeda. Ketiga, penelitian ini tidak menganalisis peran variabel lain yang secara teoritis juga dapat mempengaruhi *body dissatisfaction*, seperti *self-esteem*, perbandingan sosial, dan penggunaan media sosial.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan teknik

pengambilan sampel yang lebih representatif, *stratified random sampling* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi mahasiswi penggemar K-Pop. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat melibatkan responden dari berbagai universitas atau wilayah berbeda untuk memperoleh variasi karakteristik partisipan. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan *mixed methods*, yaitu mengombinasikan survei kuantitatif dengan wawancara kualitatif, sehingga pengalaman *body dissatisfaction* dapat dipahami lebih mendalam. Selain variabel *celebrity worship*, penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel psikologis lain yang berperan dalam *body dissatisfaction*, seperti perbandingan sosial berbasis penampilan, internalisasi standar tubuh ideal, atau intensitas penggunaan media sosial.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan tubuh pada mahasiswi penggemar K-Pop tidak selalu dipengaruhi secara langsung oleh keterlibatan terhadap idola. Temuan ini dapat menjadi dasar bagi institusi pendidikan untuk meningkatkan edukasi mengenai penerimaan tubuh dan kesehatan psikologis pada mahasiswi, khususnya pada kelompok dewasa awal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mendukung upaya pencegahan dampak negatif ketidakpuasan tubuh dalam lingkungan mahasiswi.

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ditolak, artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dengan *body dissatisfaction* pada mahasiswi penggemar K-Pop. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan terhadap idola tidak secara langsung memengaruhi tingkat ketidakpuasan tubuh pada responden. Berdasarkan kategorisasi, mayoritas mahasiswi penggemar K-Pop memiliki *body dissatisfaction* dan *celebrity worship* pada kategori sedang. Temuan ini mengindikasikan bahwa *body dissatisfaction* pada mahasiswi penggemar K-Pop lebih dipengaruhi oleh faktor lain di luar *celebrity worship*.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dengan memperkuat pemahaman bahwa *celebrity worship* tidak selalu menjadi prediktor utama dalam menjelaskan *body dissatisfaction* pada dewasa awal. Penelitian ini menambah literatur mengenai dinamika psikologis penggemar K-Pop, khususnya dalam kaitannya dengan evaluasi tubuh.

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi masukan bagi institusi pendidikan dan pihak terkait untuk meningkatkan perhatian terhadap isu *body dissatisfaction* pada mahasiswi. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam penyusunan program edukasi mengenai penerimaan tubuh, literasi media sosial, serta dukungan psikologis bagi mahasiswi agar terhindar dari dampak negatif ketidakpuasan tubuh.

Referensi

- Ahadzadeh, A. S., Rafik-galea, S., Alavi, M., & Amini, M. (2018). Relationship between body mass index, body image, and fear of negative evaluation: Moderating role of self-esteem. *Health Psychology Open*, 5(1). <https://doi.org/10.1177/2055102918774251>
- Alfathi, B. R. (2025). Indonesia jadi konsumen terbesar K-Pop di dunia, sentuh 18% pangsa pasar global. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-jadi-konsumen-terbesar-k-pop-di-dunia-sentuh-18-pangsa-pasar-global-rneOI>
- Anggraini. (2025). Hubungan antara Celebrity Worship dengan Ketidakpuasan Tubuh pada Remaja. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Anjela, V. E., & Ambarwati, K. D. (2022). Kualitas hidup dan perbandingan sosial wanita dewasa awal yang mengalami body dissatisfaction. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 13(2), 55–67. <https://doi.org/10.29080/jpp.v13i2.768>
- Annur, C. M. (2022). KIC: Mayoritas Indonesia dengarkan musik & tonton drama Korea hingga 3 jam per hari. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/3742637cca39ef1/kic-mayoritas-indonesia-dengarkan-musik-tonton-drama-korea-hingga-3-jam-per-hari>
- Arsy, S. N. (2023). Pengaruh konsep diri dan celebrity worship terhadap body image pada penggemar BTS. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(11), 553–563. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8091070>
- Atiqah, S. T., Zubair, A. G. H., & Thalib, T. (2025). Efek perbandingan sosial terhadap ketidakpuasan tubuh di kalangan remaja perempuan pengguna instagram. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial (JUPENDIS)*,

- 3(2), 01–12. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i2.2966>
- Auwallina, R., & Febriansah, R. E. (2025). The influence of celebrity worship, brand ambassador and advertisement towards wall's cornetto white rose purchase decision. *Umsida Archive*, 1, 1–13. <https://doi.org/10.21070/ups.6896>
- Azzuhurf, N. R., Wibowo, A. A. H., & Roswiyani. (2025). Hubungan antara internalisasi standar kecantikan media dan body image pada dewasa muda pengguna aktif instagram. *QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 4(2), 2615–2623. <https://doi.org/10.57235/qistina.v4i2.7756>
- Blake, J. C., Purwasetiawatik, T. F., & Saudi, A. N. A. (2023). Gambaran celebrity worship pada penggemar korean pop di kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(2), 560–567. <https://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.2561>
- Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z., & Fairburn, C. G. (1987). The development and validation of the body shape questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 6(4), 485–494. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(198707\)6:4<485::AID-EAT2260060405>3.0.CO;2-O](https://doi.org/10.1002/1098-108X(198707)6:4<485::AID-EAT2260060405>3.0.CO;2-O)
- Crusius, J., Corcoran, K., & Mussweiler, T. (2022). Social comparison: Theory, research, and applications. *Theories in Social Psychology*, Second Edition, 165–187.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison Processes. *Human Relations*, 7, 117–140. <http://dx.doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit UNDIP.
- Golzar, J., Noor, S., & Tajik, O. (2022). Convenience sampling. *The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.4135/9781412972024.n551>
- Hutabarat, G. O., & Agustina. (2024). Peranan citra tubuh dan perbandingan sosial terhadap penerimaan diri pada mahasiswa penggemar K-Pop. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(12), 764–777. <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms/article/view/592>
- Isril, T. L., & Yulianto, A. (2024). Moderasi jenis kelamin dan usia pada pengaruh celebrity worship terhadap subjective well-being penggemar K-Pop. *Sebatik*, 28(1), 114–123. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v28i1.2459>
- Kim, J., & Kwon, S. H. (2022). K-Pop's global success and its innovative production system. *Sustainability*, 14(17), 11101. <https://doi.org/10.3390/su141711101>
- Lestari, P. W. W., & Mariyati, L. I. (2025). Pengaruh psychological well-being dan loneliness terhadap celebrity worship pada fans K-Pop. *Al-Isyraq: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Dan Konseling Islam*, 8(2), 971–988. <https://doi.org/10.55448/isyraq.v8i2.903>
- Lin, Y., Lu, C., Huang, Z., Barnhart, W. R., Cui, T., & He, J. (2023). Exploring the links between celebrity worship, body dissatisfaction, and disordered eating among young adult celebrity worshippers in China. *Body Image*, 45, 210–218. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.03.006>
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, 93(1), 67–87. <https://doi.org/10.1348/000712602162454>
- Millenia, C., & Soetjningsih, C. H. (2023). Celebrity worship dan body image pada remaja usia 15-18 tahun yang mengidolakan K-Pop. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(5), 6670–6678. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5516>
- Munawwarah, N. S., & Suryaningrum, C. (2024). Pengaruh celebrity worship terhadap body image pada remaja dimoderasi oleh self-esteem. *Psychological Journal: Science and Practice*, 4(1), 222–226. <https://doi.org/10.26740/pjps.v4n1.p222-226>
- Novianty, R. D., & Srimulyani, N. E. (2024). K-Pop as a popular culture influencing Indonesian student's lifestyle. *Cultural Narratives*, 1(3), 156–166. <https://doi.org/10.59066/cn.v1i3.615>
- Paputungan, F. (2023). Developmental characteristics of early adulthood. *Journal of Education and Culture (JEaC)*, 3(1), 47–56. <https://doi.org/10.47918/jeac.v3i1.1139>

- Pramono, I., & Rossalia, N. (2023). Citra tubuh dan faktor pembentuk citra tubuh perempuan emerging adult yang mengalami kenaikan berat badan signifikan ketika remaja. *MANASA*, 12(1). <https://doi.org/10.25170/manasa.v12i1.4155>
- Pratiwi, S. B., & Koanda, N. (2025). Gambaran body dissatisfaction pada remaja wanita pengguna media sosial tiktok di Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 5(1), 163–168. <https://doi.org/10.56326/jpk.v5i1.5836>
- Putri, A. F., & Wahyudi, H. (2025). Pengaruh internalization appearance ideal terhadap body dissatisfaction pada mahasiswa Kota Bandung. *Jurnal Riset Psikologi*, 133–140. <https://doi.org/10.29313/jrp.v5i2.8453>
- Sari, M., Firdaus, F., & Irdianti. (2024). Celebrity worship dan problematic internet use pada anggota NCTZEN Indonesia. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 4(2), 27–37. <https://doi.org/10.26858/jtm.v4i2.66020>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research methods of business: A skill-building approach 7th edition*. In John Wiley & Sons, Ltd.
- Shafwa, A. F., & Sudrajat, A. (2023). Analisis modernisasi budaya K-pop terhadap kehidupan sosial mahasiswa kota Surabaya. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(2), 184–191. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i4.5999>
- Siregar, S. S., & Siregar, H. (2025). Dampak Celebrity worship K-Pop terhadap kesejahteraan psikologis remaja perempuan di komunitas Engene Medan. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(4), 35–47. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/104277>
- Subakuh, A. R., & Febrieta, D. (2024). Celebrity worship dan citra tubuh pada komunitas penggemar K-Pop. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(4), 1321–1330. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/13130>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Talibo, L. D., Yusuf, Z. K., & Antu, M. S. (2025). Hubungan celebrity worship dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar Korean Pop (K-Pop) di jurusan keperawatan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Keperawatan*, 8(2). <https://jurnal.karyakesehatan.ac.id/JK/article/view/1396>
- Utami, L. S. S. (2022). Pengaruh penyebaran isu standar kecantikan Korea Selatan melalui media sosial terhadap perilaku imitasi penggemar K-Pop. *Kiwari*, 1(3), 511–518. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i3.15838>
- Wahyuni, W., Widyarani, N., & Setyawan, A. B. (2024). Perbedaan body dissatisfaction pada perempuan di usia remaja dan dewasa awal pengguna instagram. *Jurnal Ilmu Psikologi dan Kesehatan (SIKONTAN)*, 3(1), 29–36. <https://doi.org/10.47353/sikontan.v3i1.2302>
- Yasniansyah, N. A., & Pratiwi, R. (2024, August). Self compassion and body dissatisfaction among adolescent boys. In *proceeding international conference on psychology* (pp. 721–728). <http://ejournal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/ICoP/article/view/4300>