Bab I Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Masa remaja merupakan masa transisi atau masa peralihan dari masa kanak – kanak ke masa dewasa (Papalia et al., 2008). Masa remaja dimulai pada usia 12 tahun dan berakhir pada usia 21 tahun (Monks et al., 2002). Menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) yang dimaksud remaja adalah seseorang yang berada pada usia 10 – 24 tahun dan belum pernah menikah. Berdasarkan data Sensus Penduduk pada tahun 2010 jumlah remaja di Indonesia adalah 43,5 juta orang atau 18% dari jumlah keseluruhan penduduk di Indonesia (Infodatin, 2015). Sedangkan remaja di dunia berjumlah 1,2 milyar orang atau 16% dari jumlah keseluruhan penduduk yang terdapat di dunia (UNICEF, 2019). Masa remaja sendiri dapat dibagi menjadi 3 fase yaitu fase remaja awal, tengah dan akhir. Fase remaja awal terjadi pada usia 12 – 15 tahun, fase remaja tengah terjadi pada usia 15 – 18 tahun, sedangkan fase remaja akhir terjadi pada usia 18 – 21 tahun (Monks et al., 2002)

Menurut Santrock pada masa remaja seseorang akan mengalami krisis identitas serta perasaan ambigu (Santrock, 2011). Hal ini selaras dengan pendapat Erickson yang menyatakan bahwa masa remaja adalah masa – masa kritis dalam pembentukan identitas (Buckingham, 2008). Erickson juga menyatakan bahwa masa remaja merupakan masa pembentukan identitas diri sehingga hal tersebut merupakan salah satu tugas perkembangan yang paling penting bagi remaja. Seorang remaja akan mulai menyadari bahwa dirinya berbeda dari orang lain dan menyadari bahwa dirinya unik (Santrock, 2007). Proses pencarian identitas pada masa remaja salah satunya dilakukan dengan menjadikan selebriti atau idola mereka sebagai *role model* (Yue & Cheung, 2000). Erickson (1968) juga menyatakan bahwa kelekatan dengan selebriti idola dapat disebut dengan *secondary attachment* mengingat selebriti idola juga berperan dalam proses transisi pada masa remaja (Giles & Maltby, 2004).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Saat ini banyak remaja yang sedang menggemari atau mengidolakan selebriti yang berasal dari dunia K-Pop atau *Korean Music Pop*. Pada akhir tahun 2018 penggemar K-Pop atau K-Popers yang terdaftar dalam *fans club* tercatat bertambah sebasar 22% atau 16,07 juta yang mulanya berjumlah 73,12 juta orang pada tahun 2017, menjadi 89,19 juta orang. Jumlah ini tersebar dalam 1843 *fans club* di 113 negara (Korean Foundation, 2019). Menurut survei yang dilakukan oleh salah satu organisasi yang berafiliasi dengan Kementerian Budaya, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan yaitu KOCIS (Korean Culture and Information Service) ternyata 66% k-popers berasal dari kalangan remaja (KOCIS, 2011).

Salah satu *idol grup* yang sedang populer pada saat ini adalah BLACKPINK, BLACKPINK merupakan *girlband* yang melakukan penampilan perdananya pada tahun 2016 dengan membawakan lagu Boombayah. Kepopuleran BLACKPINK salah satunya dapat dilihat dari jumlah *subscribers* Youtube mereka yang mencapai 51,3 juta orang sehingga meraih peringkat 2 *channel* Youtube dengan *subscribers* terbanyak di dunia (YG Entertaiment, 2020). Selain itu *music video* BLACKPINK yang berjudul *How You Like That* juga memecahkan rekor penayangan di Youtube yang mencapai 82,3 juta penayangan hanya dalam waktu 24 jam.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Selain terjadi krisis identitas, pada masa remaja juga terjadi perubahan fisik yang signifikan, hal ini membuat remaja menjadi sadar dan lebih sensitif terhadap bentuk tubuh mereka, mereka juga cenderung membandingkan bentuk tubuh mereka dengan orang lain (Batubara, 2010). Berdasarkan suvei yang dilakukan oleh Wiratama Institute pada tahun 2017 terhadap remaja yang merupakan siswa Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) di Semarang menyatakan bahwa 51,2% remaja di Semarang merasa tidak puas dengan penampilan fisik yang mereka miliki (Wiratama Institute, 2017). Salah satu yang sering dijadikan perbandingan penampilan fisik oleh remaja adalah selebriti idola mereka. Survei yang dilakukan oleh Girlguiding dengan judul Girls' Attitude Survey pada tahun 2016 menyatakan

bahwa 50% remaja di Inggris merasa malu terhadap penampilan mereka. Selain itu, survei ini juga menyatakan bahwa 37% remaja di Inggris membandingkan penampilan mereka dengan selebriti, dan dari 37% remaja yang ikut serta dalam survei 29% diantaranya sering melakukan perbandingan tersebut (Girlguiding, 2016).

Standar tubuh perempuan yang ideal biasanya diwakili oleh model, peserta kontes kecantikan, serta artis (Wolszon, 1998), dimana hampir pada seluruh media masa tubuh selebriti yang kurus dan menarik dijadikan sebagai gambaran dan contoh tubuh yang ideal (Maltby et al., 2005) contohnya member BLACKPINK yang menampilkan citra tubuh yang kurus semampai dengan kulit yang putih. Rata – rata tinggi dari keempat member adalah 165 cm dengan rata – rata berat badan 46,5 kg (YG Entertaiment, 2016). Member BLACKPINK juga memiliki fitur wajah yang dianggap cantik dan menarik oleh masyarakat.

Penelitian menyatakan bahwa perempuan Asia cenderung lebih merasa harus menyesuaikan diri dengan standar kecantikan sosial yang ada di masyarakat (Sasaki et al., 2014). Bahkan berdasarkan survei yang dilakukan oleh Dove dan dikemukaan dalam Indonesia Beauty Confidence Report pada tahun 2017 menyatakan 72% perempuan di Indonesia berpendapat bahwa untuk mencapai kesuksesan maka seorang perempuan harus mencapai suatu atau memenuhi standar kecantikan tertentu (Dove, 2017). Banyak perempuan yang sudah menginternalisasikan standar kecantikan sosial yang beredar di masyarakat dan mereka merasa bahwa berat dan bentuk tubuh mereka adalah sesuatu yang tidak dapat diterima (Fallen & Rozin, 1985). As Seid (1994) menyatakan bahwa mayoritas perempuan merasa tidak dapat mencapai standar ideal tersebut. (Wolszon, 1998). Target yang tidak realistis seperti penampilan selebriti berpengaruh buruk pada persepsi seseorang terhadap penampilan tubuhnya (Morrison et al., 2004). Dalam psikologi, persepsi seseorang mengenai penampilan tubuhnya dikenal dengan istilah *body image.*

Body image adalah persepsi serta sikap seseorang terhadap tubuhnya terutama pada penampilan fisiknya (T. F. Cash et al., 2002). *Body image* mengarah pada evaluasi dan pengalaman afektif seseorang terhadap atribut fisik dan investasinya dalam berpenampilan sebagai domain dalam evaluasi diri (T. F. Cash, 1994). *Body image* juga dapat diartikan sebagai persepsi dan evaluasi seseorang terhadap penampilan tubuhnya baik bersifat negatif ataupun positif (Carroll & Spangler, 2001). Singkatnya *body image* adalah persepsi, evaluasi dan perilaku seseorang terhadap tubuhnya baik yang bersifat positif maupun negatif. *Body image* yang bersifat positif (*positive body image*) merujuk pada penerimaan, apresiasi, rasa cinta dan rasa hormat yang dimiliki seseorang terhadap tubuhnya (Tylka, 2012). Seseorang yang memiliki *positive body image* akan dapat menerima seluruh aspek pada tubuhnya meskipun hal tersebut tidak sesuai atau bahkan bertentangan dengan *body image* yang digambarkan oleh media (Andrew et al., 2014). Sedangkan *body image* yang bersifat negatif (*negative body image)* dapat diartikan dengan ketidakpuasan seseorang terhadap bentuk dan berat badannya. (Von Spreckelsen et al., 2018). *Body image* terdiri dari 5 dimensi yaitu *body image* juga meliputi beberapa aspek yaitu *appearance evaluation, appearance orientation, body area satisfaction, overweight preoccupation* dan *self-classified weight* (T. Cash & Pruzinsky, 2002).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Body image dipengaruhi oleh faktor biologis, psikologis dan sosial (Sands, 2000). Menurut Cash (1994) ada 3 faktor yang mempengaruhi *body image* yaitu jenis kelamin, media massa, dan hubungan interpersonal (Denich & Ifdil, 2015)

Negative body image pada diri seseorang dapat menyebabkan *body directed self-disgust* dimana seseorang akan melakukan evaluasi terhadap tubuhnya secara general dan menganggap bahwa tubuhnya buruk (Von Spreckelsen et al., 2018). Selain itu, *negative body image* juga dapat menyebabkan stres dan keadaan emosional yang negatif (Dhurup & Nolan, 2017), terkhusus pada diri perempuan *negative body image* dapat mengakibatkan *eating*

disorder dengan dimediasi oleh depresi (Manaf et al., 2016). Pada remaja *negative body image* dapat menyebabkan kecemasan, depresi dan rendahnya *self-esteem* (Paxton et al., 2006). Remaja perempuan yang memiliki tingkat *body image* yang buruk memiliki kemungkinan untuk terobsesi dengan selebriti yang menurut mereka memiliki bentuk tubuh yang bagus (Maltby et al., 2005). Di Korea sendiri salah satu member BLACKPINK yaitu Jennie menjadi salah satu dari 6 selebriti Korea yang paling banyak dijadikan model rujukan untuk operasi plastik di klinik kecantikan yang terletak di Gangnam. Sedangkan di Indonesia, alih – alih melakukan operasi plastik, penggemar K-Pop lebih memilih menggunakan *make – up* untuk meningkatkan penampilan mereka agar terlihat lebih menarik seperti idolanya (Nurbayani & Annuraini, 2017).

Berangkat dari asumsi peneliti bahwa K-Popers remaja cenderung membandingkan dirinya dengan selebriti idola mereka mendorong peneliti melakukan analisis mengenai hal tersebut melalui wawancara terhadap 25 orang remaja perempuan penggemar BLACKPINK pada 24 Agustus 2020. Peneliti mengajukan beberapa pertanyaaan diantaranya menanyakan alasan subjek menyukai BLACKPINK, apa saja aktivitas yang dilakukan dalam pengidolaan terhadap BLACKPINK, apa saja dampak yang dirasakan subjek setelah menyukai BLACKPINK, seperti apakah gambaran tubuh yang ingin subjek miliki, serta gambaran tubuh yang seperti apa yang subjek anggap ideal. Berdasarkan analisis tersebut didapatkan bahwa 8% subjek menyatakan bahwa mereka selalu mencari tahu informasi mengenai BLACKPINK, 24% menyatakan sering, 28% menyatakan kadang – kadang, sedangkan 40% subjek menyatakan bahwa mereka pernah mencari informasi mengenai BLACKPINK. Keseluruhan subjek pun menyatakan bahwa mereka mendukung BLACKPINK dengan cara menonton *music video*nya, kemudian 32% subjek juga menyatakan bahwa mereka membeli *merchandise* sebagai bentuk dukungan terhadap idolanya. Dari 25 orang subjek, 23 subjek (92%) menyatakan bahwa bahwa gambaran citra tubuh (*body image)* yang ingin mereka

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

miliki mengarah pada penampilan fisik idola mereka. Sedangkan 15 orang atau setara dengan 60% subjek menyatakan bahwa mereka pernah membandingkan penampilan fisik mereka dengan selebriti idolanya. Adapun hal yang menjadi perbandingan meliputi warna kulit (28%), berat badan (28%), tinggi badan (32%), bentuk badan (12%), dan proporsi badan (16%). Hal ini selaras dengan perkembangan fisik pada masa remaja dimana terjadi perubahan fisik yang signifikan, hal ini membuat remaja menjadi sadar dan lebih sensitif terhadap bentuk tubuh mereka, mereka juga cenderung membandingkan bentuk tubuh mereka dengan orang lain (Batubara, 2010). Selain itu, remaja penggemar K-Pop juga cenderung mempunyai keinginan untuk memiliki bentuk dan postur tubuh yang kurus dan menarik seperti idola mereka (Anindyajati, 2013). Hal ini juga menandakan bahwa remaja dapat menjadi terobsesi dengan selebriti yang menurut mereka memiliki bentuk tubuh yang bagus (Maltby et al., 2005).

Dalam Islam sendiri sudah dijelaskan bahwa sebenarnya Allah tidak melihat dan menilai manusia dari penampilannya melainkan dari amalan dan isi hati manusia tersebut. Hal ini terdapat dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam Muslim sebagai berikut :

عَنْ أَبِى هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- إِنَّ اللَّهَ لاَ يَنْظُرُ إِلَى صُوَرِكُمْ وَأَمْوَالِكُمْ وَلَكِنْ يَنْظُرُ إِلَى قُلُوبِكُمْ وَأَعْمَالِكُمْ

Artinya : Dari Abu Hurairah, ia berkata bahwa Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda, *"Sesungguhnya Allah tidak melihat pada bentuk rupa dan harta kalian, akan tetapi, Allah hanyalah melihat pada hati dan amalan kalian."* (HR. Muslim no. 2564).

Sebenarnya tahap remaja sendiri merupakan masa puncak dalam mengidolakan selebriti dan seiring dengan bertambahnya usia maka taraf pengidolaan pun akan semakin menurun (Raviv et al., 1996) Sesungguhnya kekaguman dan kecintaan terhadap selebriti sebagai idola dan model dalam berperilaku adalah suatu hal yang normal dalam proses

perkembangan identitas pada remaja dan anak – anak (Yue & Cheung, 2000). Namun hal ini akan menjadi abnormal apabila muncul hubungan parasosial dimana seseorang menjadi terobsesi dengan selebriti idolanya (Mccutcheon, Maltby, & Houran, 2003).

Hubungan parasosial adalah hubungan sosial yang bersifat searah dan terbentuk serta berkembang antara seseorang dengan orang lain yang hanya ia ketahui melalui media. Hubungan ini dapat muncul dalam beberapa bentuk perilaku mulai dari hubungan romantis yang normal hingga pemujaan (*worshipping*) yang ekstrem (Hartmann, 2016). Dalam psikologi, fenomena hubungan parasosial ini disebut dengan *celebrity worship.*

Celebrity worship adalah adalah hubungan parasosial dimana individu merasa mengenal seseorang namun orang tersebut tidak mengenalnya (Maltby et al., 2003), dalam kasus ini orang tersebut merupakan selebriti. Menurut Young & Pinsky, selebriti adalah seseorang yang sudah mendapat ketenaran sehingga mereka dikenal oleh masyarakat (Shofa, 2017). Sedangkan menurut Giles, selebriti adalah seseorang yang terkenal dalam sejarah, baik manusia ataupun bukan manusia (Giles, 2018). McCutcheon et.al. menggambarkan *celebrity worship* dengan menggunakan model *absorption-addiction* dimana identitas diri individu yang lemah dapat mendorong seseorang untuk melakukan pemaknaan secara psikis terhadap selebriti idola mereka, dorongan ini juga dapat memicu aspek adiktif dan mengarahkan pada perilaku yang lebih ekstrim (Mccutcheon et al., 2002). *Absorption* dapat diartikan sebagai pemusatan perhatian secara total yang dalam hal ini objek fokus perhatian tersebut adalah selebriti idola (Sheridan et al., 2007). Pada beberapa orang, *absorption* ini dapat memicu timbulnya adiksi yang dapat mengarah pada perilaku ekstrem guna mempertahankan kepuasan yang didapatkan dari selebriti idola mereka (Mccutcheon et al., 2016). Model ini mendukung teori yang menyatakan bahwa masa remaja merupakan masa puncak dalam *celebrity worship*, hal ini dikarenakan pada masa remaja individu masih melakukan proses pencarian identitas diri sehingga mereka akan dengan mudah terdorong untuk melakukan

pemaknaan secara psikis dalam upaya mencari identitas diri dan *fullfilment* (Maltby et al., 2004). Istilah lain yang dapat menjelaskan fenomena ini adalah istilah fanatisme. Fanatisme adalah minat yang berlebihan, tidak masuk akal, tidak rasional, dan tidak kritis terhadap suatu objek (Levesque, 2011). Hal yang membedakan *celebrity worship* dengan fanatisme terletak pada objek cakupannya. Istilah fanatisme ini memiliki cakupan objek yang lebih luas dibanding *celebrity worship*. Sedangkan *Celebrity worship* lebih terfokus pada selebriti sebagai objeknya sehingga lebih relevan jika digunakan untuk meneliti fenomena ini.

Celebrity worship memiliki 3 dimensi yaitu *entertainment*-social, *intense-personal*, dan *borderline*-pathological. Celebrity *worship* sendiri terdiri dari 3 tingkatan yaitu tingkat rendah, sedang, dan tinggi (Maltby et al., 2006). Menurut Chapman semakin tinggi tingkat *celebrity worship* pada diri seseorang maka akan semakin tinggi pula tingkat keterlibatan orang tersebut dengan selebriti idolanya, keterlibatan tersebut biasa disebut dengan istilah *celebrity involvement* (Prihatiningrum, 2018). Apabila seseorang sudah mencapai tingkat tertinggi *celebrity worship* maka hubungan parasosialnya akan semakin kuat dan ia akan rela melakukan apapun untuk idolanya termasuk perilaku yang melanggar hukum (Widjaja & Ali, 2015). Lamore menyatakan bahwa terdapat beberapa dampak dari *celebrity worship* yaitu dapat mempengaruhi *self worth, self identity* dan pilihan hidup seseorang. Persepsi individu terhadap selebriti idola mereka mempengaruhi perasaan dan cara berpikir individu terhadap dirinya (Lomore, 2001).

Dalam Islam perilaku mengagumi seseorang sebenarnya diperbolehkan asalkan dengan alasan dan batasan yang tepat. Imam Al – Ghazali dalam kitab Ihya Ulumuddin menyatakan :

وإن اجتمع في شخص خير وشر وجب أن يحب لأجل ذلك الخير ويبغض لأجل ذلك الشر

Yang artinya : “Apabila berkumpul pada diri seseorang suatu kebaikan dan dan keburukan, maka wajib menyukainya karena sisi kebaikan itu, dan mengecam sisi buruknya” (Al-Ghazali, n.d.)

Selain itu kekaguman tersebut tidak boleh dilakukan secara berlebihan, hal ini tercantum dalam firman Allah pada Quran Surat Al – A'raf ayat 31 :

يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ خُذُواْ زِينَتَكُمۡ عِندَ كُلِّ مَسۡجِدٖ وَكُلُواْ وَٱشۡرَبُواْ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُسۡرِفِينَ

Yang artinya : "Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih - lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang - orang yang berlebih - lebihan."

Dalam ayat tersebut umat muslim dilarang untuk makan, minum, dan melakukan hal – hal lain dengan berlebihan, termasuk dalam perkara mengagumi seseorang.

Studi yang dilakukan oleh Maltby, Giler, Barber, dan McCutcheon (2005) terhadap remaja, mahasiswa dan orang dewasa di Inggris menunjukkan bahwa *celebrity worship* berhubungan dengan buruknya *body image*, namun hubungan ini hanya ditemukan pada sample remaja perempuan dengan tingkat *intense-personal celebity worship*. Sedangkan pada mahasiswa dan perempuan dewasa hubungan tersebut tidak muncul (Maltby et al., 2005). Hasil dari penelitian tersebut memberikan indikasi bahwa hubungan antara *celebrity worship* dan buruknya *body image* akan berkurang dan hilang ketika seseorang mulai memasuki masa dewasa awal. Selain itu, hubungan yang hanya terdapat pada remaja dengan tingkat *intense-personal celebity worship* mengindikasikan bahwa tingkat *celebrity worship* yang rendah atau terlalu tinggi pada diri seseorang tidak berhubungan dengan buruknya *body image* yang dimiliki.

Studi yang dilakukan oleh Utami (2019) terhadap 111 siswa SMP di Bandung menunjukkan bahwa terdapat hubungan searah yang negatif dan signifikan namun terhitung rendah antara *celebrity worship* dengan *body image*. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *celebrity worship* seseorang maka akan semakin rendah tingkat *body image*-nya begitu juga semakin rendah tingkat *celebrity worship* seseorang maka akan semakin tinggi tingkat *body image*-nya (Utami, 2019). Rendahnya hubungan antara *celebrity worship* dengan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

body image pada penelitian ini menunjukkan bahwa *celebrity worship* hanya sedikit berpengaruh terhadap *body image.* Meskipun subjek mengidolakan selebriti namun mereka masih dapat membedakan kehidupan mereka dengan kehidupan idolanya.

Studi yang dilakukan oleh Aruguete dkk, untuk meneliti hubungan *celebrity worship* dan *self objectification* terhadap terhadap 189 mahasiswi dan 90 mahasiswa menunjukkan bahwa *celebrity worship* memiliki hubungan dengan *eating disorder attitude* dan *enjoyment being sexualized*. *Eating disorder attitude* dan *enjoyment being sexualized* sendiri merupakan aspek dari *self objectification*. *Body image* yang buruk seringkali dihubungkan dengan *eating disorder* dan *self objectification*. Namun hubungan ini justru lebih kuat terdapat pada mahasiswa dibandingkan pada mahasiswi. Pada laki – laki *attachment* yang kuat dengan selebriti idola dapat menyebabkan timbulnya kekhawatiran terhadap penampilan fisiknya, secara tidak langsung penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan rendahnya atau buruknya *body image*. (Aruguete et al., 2014)

Studi yang dilakukan Ho, Lee, dan Liao terhadap 1059 remaja di Singapura yang terdiri dari 567 laki – laki dan 492 dengan tujuan untuk mengetahui hubungan *social network sites* (SNS), teman, dan selebriti terhadap *body image* yang dimiliki menunjukkan bahwa *celebrity involvement* pada remaja laki – laki memiliki hubungan dengan *body image dissatisfaction* atau *negative body image.* Sedangkan pada remaja perempuan *body image dissatisfaction* dan keinginan untuk memiliki tubuh yang kurus berhubungan dengan *social comparation* dengan selebriti. Tidak timbulnya hubungan antara *celebrity involvement* dengan *body image dissatisfaction* pada remaja perempuan dapat diakibatkan oleh tidak diketahuinya tingkat *celebrity involvement* pada subjek dan tidak samanya jenis kelamin subjek dengan selebriti idolanya. Hal ini dikarenakan remaja perempuan yang memiliki selebriti idola berjenis kelamin laki – laki tidak akan membandingkan citra tubuh mereka

dengan idolanya tersebut sehingga tidak akan munculnya *body image dissatisfaction* (Ho et al., 2016).

Dari keempat studi tersebut terdapat inkonsistensi, studi yang dilakukan oleh Maltby menyatakan bahwa hubungan *celebirty worship* dengan buruknya *body image* hanya terdapat pada remaja perempuan saja. Studi yang dilakukan oleh Utami dengan subjek yang terdiri dari remaja perempuan dan laki – laki menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan namun rendah antara *celebrity worship* dengan buruknya *body image.* Hasil studi yang dilakukan oleh Aruguete menunjukan bahwa hubungan antara *celebrity worship* dan *body image* terdapat pada subjek berjenis kelamin laki – laki. Sedangkan hasil studi yang dilakukan oleh Ho, Lee, dan Liao menunjukkan bahwa keterliban dengan selebriti (*celebrity involvement*) memiliki hubungan dengan *body image dissatisfaction* pada remaja laki – laki. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada kriteria subjek dimana subjek dengan selebriti idolanya memiliki jenis kelamin yang sama dimana subjek merupakan remaja perempuan dan selebriti idolanya juga perempuan, selain itu perbedaan subjek juga terletak pada selebriti idolanya yaitu BLACKPINK. Pentingnya penelitian ini adalah menspesifikasikan kriteria subjek, dimana penelitian sebelumnya belum memperhatikan kesamaan jenis kelamin antara penggemar dengan selebriti idolanya (Maltby et al., 2005), padahal hal tersebut merupakan hal yang perlu diperhatikan karena perempuan akan membandingkan tubuhnya dengan perempuan lain yang lebih menarik (Sunartion et al., 2012). Selain itu dampak dari *negative body image* cukup besar yaitu dapat menyebabkan stres dan keadaan emosional yang negatif (Dhurup & Nolan, 2017). Mengingat bahwa masa remaja merupakan masa puncak dalam *celebrity worship* sedangkan perempuan lebih banyak disoroti mengenai penampilan dibandingkan dengan laki – laki maka peneliti tertarik untuk mengambil remaja perempuan sebagai subjeknya. Dan didasarkan pada fenomena bahwa *gilrband* BLACKPINK merupakan salah satu *girlband* yang sedang populer saat ini maka

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah dengan judul " Hubungan *Celebrity Worship* dengan *Body Image* pada Remaja Perempuan Penggemar BLACKPINK"

Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang dapat ditarik adalah :

Apakah terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *body image* pada remaja perempuan penggemar BLACKPINK?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah :

Untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dengan *body image* pada remaja perempuan penggemar BLACKPINK.

Kegunaan Penelitian

Berdasarkan uraian tujuan penelitian diatas, maka kegunaan penelitian yang akan diperoleh adalah sebagai berikut :

Kegunaan teoritis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan wawasan keilmuan dalam bidang psikologi terutama yang berkaitan dengan *celebrity worship* dan *body image*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pengayaan bagi bidang psikologi klinis dan psikologi perkembangan.

Kegunaan praktis. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis mengenai mengenai hubungan *celebrity worship* dengan *body image.* Sedangkan secara umum penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan dan meneliti teori mengenai *celebrity worship*

uin
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG