

Abstrak

Rahmah Arifah : Hubungan Celebrity Worship dengan Perilaku Konsumtif pada Anggota Inner Circle (Fans Club Winner)

Masuknya kebudayaan Korea Selatan ke Indonesia melalui film atau drama turut memperkenalkan aliran musik *K-pop* pada masyarakat Indonesia dan mampu membuat para remaja dan dewasa awal tertarik pada *K-pop*. Kegemaran dan ketertarikan pada idola *K-pop* tak jarang menimbulkan perilaku yang berlebihan terutama dalam hal mengkonsumsi barang yang berhubungan dengan idolanya. Penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah terdapat hubungan antara *Celebrity Worship* dengan Perilaku Konsumtif pada anggota *Inner Circle (Fans Winner)*, Winner adalah salah satu *group idol K-pop*. Metode penelitian yang digunakan adalah Kuantitatif korelasional dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuisisioner. Skala yang digunakan untuk *Celebrity Worship* adalah adaptasi *Celebrity Attitude Scale* dan untuk Perilaku Konsumtif digunakan Skala Perilaku Konsumtif yang diturunkan dari indikator Lina & Rasyid (1997). Analisis statistik yang digunakan adalah *Pearson r* karena data yang digunakan berskala interval. Dari hasil analisis data diperoleh kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara *Celebrity Worship* dengan Perilaku Konsumtif pada anggota *Inner Circle (Fans Club Winner)* dengan $r = .633$ dan $p < .001$.

Kata kunci : *celebrity worship*, perilaku konsumtif, *k-pop*, winner