

**HUBUNGAN RELIGIOSITAS DENGAN PEMUJaan
SELEBRITI PADA PENGGEAR K-POP DEWASA AWAL
MUSLIM**

SKRIPSI



Oleh

Ayudini Arsyilia Mirodzi

19320100

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2023**

**HUBUNGAN RELIGIOSITAS DENGAN PEMUJaan SELEBRITI
PADA PENGHEMAR K-POP DEWASA AWAL MUSLIM**

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Psikologi, Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Derajat Sarjana S1 Psikologi



Oleh

Ayudini Arsyilia Mirodzi

19320100

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul:

HUBUNGAN RELIGIOSITAS DENGAN PEMUJAAAN SELEBRITI PADA PENGGEMAR K-POP DEWASA AWAL MUSLIM

Telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Psikologi,
Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam
Indonesia,
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Derajat Sarjana S1
Psikologi



Mengesahkan,
Program Studi Psikologi,
Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Ketua Prodi

A circular purple stamp of Universitas Islam Indonesia (UII) Faculty of Psychology and Islamic Social Science. Overlaid on the stamp is a handwritten signature in black ink.

Hazhira Qudsyi, S.Psi., M.A

Dewan Penguji

1. Fitri Ayu Kusumaningrum, S.Psi., MA.
2. Resnia Novitasari, S.Psi., MA.
3. Nur Widiasmara, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Tanda Tangan

A handwritten signature in black ink, corresponding to the first member of the exam board.

A handwritten signature in black ink, corresponding to the second member of the exam board.

A handwritten signature in black ink, corresponding to the third member of the exam board.

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayudini Arsyilia Mirodzi
Nomor Mahasiswa : 19320100
Program Studi : Psikologi
Jurusan : Psikologi
Judul Skripsi : Hubungan Religiusitas Dengan Pemujaan Selebriti Pada Dewasa Awal Muslim

membuat pernyataan sebagai berikut:

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan laporan penelitian skripsi, saya tidak melakukan tindak pelanggaran etika akademik dalam bentuk apa pun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang berlaku dan dijunjung tinggi di Universitas Islam Indonesia. Oleh karena itu, saya menyatakan dengan tegas bahwa skripsi yang saya buat merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Indonesia
3. Apabila di kemudian hari setelah saya lulus dari Prodi Psikologi, Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan terbukti secara meyakinkan bahwa skripsi saya adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku dan ditetapkan oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 1 Mei 2023

Yang menyatakan



Ayudini Arsyilia Mirodzi

HALAMAN PERSEMBAHAN



Alhamdulillah rabbil'alamin. Puji syukur bagi Allah Subhanahu wa Ta'ala. yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Shalawat serta salam kepada junjungan Nabi besar, Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi wa Sallam.

Karya tulis ini penulis persembahkan untuk:

Allah Subhanahu wa ta'ala

Segala Puji dan syukur tak terhingga atas nikmat, berkah, dan pertolongan yang senantiasa dilimpahkan-Nya.

Ibu Dian Diana Endah dan Bapak Ade Wikarta, S.IP

Terima kasih yang tak terkira atas segala kasih sayang serta do'a yang tidak pernah putus hingga penulis sampai pada titik ini.

Ajeng Syaulan Dwi Astrinita, Naura Thalita Yasmina, dan Nadhira Almaira Yusfina

Terima kasih kepada ketiga adik penulis atas segala dukungan yang selalu diberikan supaya penulis dapat terus berjuang hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Ayudini Arsyilia Mirodzi

Terima kasih sudah bekerja keras, tidak menyerah untuk terus memperbaiki, dan untuk terus berjuang dalam menyelesaikan tanggung jawab ini, bahkan ketika duniamu sedang tidak baik- baik saja. *Proud of you, My Self.*

HALAMAN MOTTO



“dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(QS Al-Insyirah: 8)

“Maka kelak kamu akan ingat kepada apa yang kukatakan kepadamu. Dan aku menyerahkan segala urusanku kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Melihat akan hamba-hamba-Nya.”

(Q.S Gafir: 44)

“dan Dia memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka- sangkannya. Dan barang siapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu”

(QS. Al-Thalaq: 3)

The sun will rise again, after you endured the hardships. Don't let anything bring you down. Make sure you do your best. So, you don't regret anything.

- Chen, EXO

Your future depends on your imagination. Throw away your fear, we can do it.

It's okay.

- EXO

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah Rabbil'alamin. Segala puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas rahmat dan karunia-Nya yang selalu menyertai dalam kehidupan ini. Ucapan syukur tak terhingga selalu dipanjatkan atas kesempatan, kesehatan, kemudahan, serta kelancaran yang Allah Ta'ala berikan kepada hamba, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

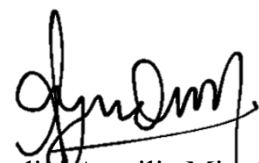
Penulis bukanlah apa-apa tanpa adanya bantuan dan dukungan dari semua pihak yang menjadi perantara dari Allah Ta'ala untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekanat Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia beserta jajaran karyawannya yang telah memfasilitasi penulis mendapatkan ijin penelitian skripsi.
2. Ibu Hazhira Qudsyi, S.Psi., M.A. selaku Kaprodi Psikologi Universitas Islam Indonesia beserta jajaran karyawannya yang telah memfasilitasi penulis mendapatkan ijin penelitian skripsi.
3. Ibu Lifthya Ahadiata Akmala, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu penulis dalam segala keperluan di bidang akademik.
4. Ibu Fitri Ayu Kusumaningrum, S.Psi., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, mendidik, mengarahkan, meluangkan waktu, tenaga, pikiran, kesabaran dalam membantu penyelesaian skripsi ini serta tak henti-hentinya untuk selalu mengingatkan bersyukur dan ber-istighfar memohon ampunan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala dalam setiap perjalanan hidup yang dialami.
5. Segenap dosen Program Studi Psikologi di Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan kepada penulis selama berkuliah di kampus ini. Semoga menjadi ilmu yang berkah dan bermanfaat nantinya.

6. Kedua orang tua tercinta, Ibu Dian Diana Endah dan Bapak Ade Wikarta yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan, serta doa yang tidak pernah putus untuk penulis, sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
7. Ketiga adik penulis, Ajeng, Iya, dan Naya, terima kasih atas dukungan dan kehangatan yang selama ini senantiasa menemani penulis dalam membuat tugas akhir skripsi.
8. Sahabat seperjuangan dalam grup “Menghitung Hari”, Viona, Nindya, Diyan, dan Dinda, yang telah menemani, memberikan dukungan, kehangatan, keceriaan, serta waktu dan kesediannya untuk senantiasa menjadi tempat berkeluh kesah dan berbagi cerita selama proses perkuliahan sejak awal masa perkuliahan hingga saat ini.
9. Sahabat semasa SMA, Fadilla, Muti, Zahra, dan Syifa, yang senantiasa selalu membantu dan memberi dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Seluruh penggemar K-Pop di Indonesia yang telah meluangkan waktu dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
11. EXO, selaku *boygroup* yang melalui karyanya ikut menemani, memberi dukungan, motivasi, dan inspirasi untuk penulis dalam menjalankan kehidupan pribadi dan kehidupan perkuliahan.

Akhir kata penulis berharap, semoga segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, akan mendapatkan keridhaan dan balasan kebaikan dari Allah Ta'ala. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan bagi penulis untuk kebaikan dalam penulisan ini, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Yogyakarta, 1 Mei 2023



Ayudini Arsyilia Mirodzi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
UCAPAN TERIMAKASIH	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
BAB 2	12
A. Pemujaan Selebriti (<i>Celebrity Worship</i>)	12
1. Definisi Pemujaan Selebriti.....	12
2. Aspek-Aspek Pemujaan Selebriti	13
3. Faktor-Faktor Pemujaan Selebriti	15
B. Religiositas	19
1. Definisi Religiositas	19
2. Dimensi Religiositas	21
C. Landasan Teoritik.....	27
D. Hipotesis.....	30
BAB 3	31
A. Desain Penelitian	31
B. Partisipan/Subjek Penelitian.....	31
C. Pengukuran	32
1. Skala pemujaan selebriti: <i>Celebrity Attitude Scale (CAS)</i>	32
2. Skala religiositas: Skala Religiositas untuk Subjek Muslim	35

D. Prosedur Penelitian.....	36
BAB 4	38
A. Deskripsi Subjek Penelitian	38
B. Uji Asumsi Data Penelitian	39
C. Uji Asumsi Data Penelitian	41
1. Uji Normalitas	41
2. Uji Linearitas.....	44
D. Uji Hipotesis Data Penelitian	44
E. Uji Analisis Data Tambahan	46
1. Interkorelasi Aspek-Aspek Pemujaan Selebriti dengan Religiositas	46
2. Uji Korelasi Berdasarkan Jenis Kelamin	47
3. Uji Beda Pemujaan Selebriti ditinjau dari Jenis Kelamin	48
4. Uji Korelasi Berdasarkan Penghasilan atau Uang Saku Bulanan	49
5. Uji Beda Pemujaan Selebriti ditinjau dari Penghasilan atau Uang Saku Bulanan	49
6. Uji Korelasi Berdasarkan Tergabung dalam Komunitas Penggemar	51
7. Uji Beda Pemujaan Selebriti ditinjau dari Tergabung dalam Komunitas Penggemar	51
F. Diskusi Hasil Penelitian	52
BAB 5	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
1. Bagi Penggemar K-Pop Dewasa Awal yang Beragama Islam	60
2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Sebaran Item Skala Cas.....	34
Tabel 2 Skoring Skala Cas.....	34
Tabel 3 Sebaran Item Skala Religiositas.....	35
Tabel 4 Skoring Skala Religiositas.....	36
Tabel 5 Deskripsi Subjek Penelitian.....	38
Tabel 6 Deskripsi Data Penelitian.....	39
Tabel 7 Norma Kategorisasi.....	39
Tabel 8 Kategorisasi Subjek Pemujaan Selebriti.....	40
Tabel 9 Kategorisasi Subjek Religiositas.....	40
Tabel 10 Hasil Uji Normalitas Variabel Pemujaan Selebriti.....	42
Tabel 11 Hasil Uji Normalitas Variabel Religiositas.....	43
Tabel 12 Hasil Uji Linearitas.....	44
Tabel 13 Hasil Uji Korelasi Pemujaan Slebriti Dengan Religiositas.....	45
Tabel 14 Hasil Interkorelasi Aspek-Aspek Pemujaan Selebriti Dengan Religiositas.....	46
Tabel 15 Hasil Uji Korelasi Ditinjau Dari Jenis Kelamin.....	47
Tabel 16 Hasil Uji Beda Pemujaan Selebriti Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 17 Hasil Uji Korelasi Ditinjau Dari Penghasilan Atau Uang Saku Bulanan.....	49
Tabel 18 Hasil Uji Beda Pemujaan Selebriti Berdasarkan Penghasilan Atau Uang Saku Bulanan.....	50
Tabel 19 Hasil Uji Korelasi Ditinjau Dari Tergabung Dalam Komunitas Penggemar.....	51
Tabel 20 Hasil Uji Beda Pemujaan Selebriti berdasarkan Tergabung dalam Komunitas Penggemar.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 -Q Plots Variabel Pemujaan Selebriti.....	42
Gambar 2 Q-Q Plots Variabel Religiositas.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Blueprint</i> Skala Pemujaan Selebriti Dan Religiositas.....	55
Lampiran 2 <i>Google Form</i> Skala Penelitian Skripsi.....	60
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	70
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi.....	94
Lampiran 5 Hasil Uji Hjiptotesis.....	97
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Tambahan.....	99
Lampiran 7 Tautan/ <i>Link</i> Data Kasar.....	107

Hubungan Religiositas Dengan Pemujaan Selebriti Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal Muslim

Ayudini Arsyilia Mirodzi

Fitri Ayu Kusumaningrum

ABSTRAK

Pemujaan selebriti (*celebrity worship*) merupakan perasaan keterikatan yang ekstrem yang dimiliki oleh seorang penggemar kepada selebriti favoritnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji secara empiris hubungan pemujaan selebriti dengan religiositas pada penggemar K-Pop dewasa awal Muslim. Jumlah partisipan penelitian ini adalah 257 penggemar K-Pop di Indonesia dengan rentang usia 18 tahun sampai 25 tahun. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif (korelasional). Alat ukur skala yang digunakan pada penelitian ini adalah *Celebrity Attitude Scale (CAS)* yang dikembangkan oleh McCutcheon, Lange, & Houran (2002) dan Skala Religiositas untuk Subjek Muslim yang dikembangkan oleh Amir (2021). Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa terdapat hubungan negatif signifikan antara pemujaan selebriti dengan religiositas pada penggemar K-Pop dewasa awal Muslim. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima. Data analisis hasil interkorelasi antar aspek, uji beda, dan uji korelasi demografi (jenis kelamin, penghasilan atau uang saku bulanan, dan tergabung dalam komunitas penggemar) menjadi diskusi lebih lanjut.

Kata kunci: *celebrity worship*, dewasa awal muslim, pemujaan selebriti, religiositas.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Santrock (2010) dewasa awal merupakan masa transisi dari masa remaja menuju dewasa dengan rentang usia sekitar 18 sampai 25 tahun. Masa dewasa awal menurut Santrock (2010) ditandai dengan eksperimen dan eksplorasi. Adapun tugas perkembangan masa dewasa awal adalah mengeksplorasi karir dan gaya hidup yang diinginkan, serta mulai menjalin hubungan dengan lawan jenis.

Belakangan ini demam korea atau yang biasa dikenal dengan *Korean wave* semakin meluas di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. *Korean wave* adalah ungkapan yang mengacu pada popularitas budaya Korea yang menyebar secara global ke seluruh dunia. *Korean Wave* yang paling tersebar luas dan banyak digemari adalah K-pop atau musik pop Korea, yaitu genre musik pop yang identik dengan grup laki-laki atau perempuan. CNNIndonesia.com melaporkan bahwa Indonesia memiliki penggemar K-pop terbanyak di dunia maya pada tahun 2021. Perkembangan industri hiburan K-Pop memberikan pengaruh positif maupun negatif terhadap perkembangan kepribadian dan perilaku para penggemarnya. Salah satu pengaruhnya adalah para penggemar melakukan pemujaan selebriti (*celebrity worship*).

Pemujaan selebriti (*celebrity worship*) merupakan perasaan keterikatan yang ekstrem yang dimiliki seorang penggemar kepada selebriti favoritnya. Pemujaan selebriti sudah banyak dibahas sejak dahulu. Semenjak merebaknya budaya *Korean*

wave, kini kembali banyak dibahas dengan respondennya para penggemar K-Pop. McCutcheon, Lange, & Houran (2002) mendefinisikan pemujaan selebriti sebagai pemujaan terhadap selebriti yang mengarah pada delusi hubungan yang sebenarnya dan kecanduan yang menumbuhkan kebutuhan akan keterlibatan yang semakin kuat untuk merasa terhubung dengan selebriti. Pemujaan selebriti juga didefinisikan sebagai hubungan parasosial. Menurut Horton & Wohl (dalam Bocarnea & Brown, 2007) hubungan parasosial sendiri didefinisikan sebagai hubungan interpersonal imajiner antara konsumen media dengan persona media.

Menurut McCutcheon, Lange, & Houran (2002), indikator yang menunjukkan individu melakukan pengidolaan sampai tahap *worship* atau memuja adalah ketika individu menyatakan kesesuaian sikap dengan aspek atau tahapan ketiga pemujaan selebriti (tahap batas-patologis), yang ditunjukkan dengan mulai memiliki perasaan yang lebih intensif, kompulsif, dan obsesif yang ditandai dengan bertindak secara irasional seperti bersedia melakukan apapun yang diperintahkan oleh selebriti favoritnya, meskipun tindakan itu ilegal atau melawan hukum, dan akan membelikan seluruh uang yang dimilikinya hanya untuk barang-barang yang pernah dipakai oleh selebriti favoritnya.

Menurut Raviv et al; Giles dan Maltby (dalam Brooks, 2018) pemujaan selebriti paling kuat terjadi pada masa remaja awal dan mencapai puncaknya pada masa remaja pertengahan. Namun, pada kenyataannya pemujaan selebriti juga tidak sedikit terjadi pada masa dewasa awal. Berdasarkan hasil studi skripsi Mezura (2019) persentase tingkat pemujaan selebriti pada dewasa awal adalah sebanyak 51.2% dari 203 subjek berada pada kategori tinggi. Adapun hasil penelitian Utami,

Sitasari, & Rozali (2020) mengenai pemujaan selebriti pada dewasa awal, berada pada kategori tinggi sebanyak 41%. Begitupun dengan hasil penelitian Maulida, Viridanda, Nisa, & Sari (2021) mengenai tingkat pemujaan selebriti pada dewasa awal penggemar K-Pop di Aceh menunjukkan bahwa sebanyak 34,2% responden berada pada tingkatan tinggi, 33,9% berada pada tingkatan sedang, dan 31,9% berada pada tingkatan rendah.

Berdasarkan data yang telah dipaparkan sebelumnya, menunjukkan bahwa banyak dewasa awal yang masih melakukan pemujaan selebriti. Ketika melakukan pemujaan selebriti, keterlibatan individu dengan idolanya yang berlebihan akan berakibat pada kehidupan individu tersebut, yang salah satunya adalah tidak dapat terpenuhi tugas perkembangannya. Hal ini karena, dewasa awal yang melakukan pemujaan selebriti hanya berfokus pada idola yang digemarinya saja. Merujuk pada teori perkembangan Erickson, dimana masa dewasa awal ini adalah masa isolasi dan intimasi. Maka dewasa awal yang melakukan pemujaan selebriti, bisa mengalami isolasi.

Ada faktor yang mendorong individu dewasa awal masih melakukan pemujaan selebriti. Menurut penelitian Azzahra & Ariana (2021), salah satu faktor tersebut adalah karena kebiasaan melakukan pengidolaan hanya untuk hiburan yang dilakukan pada masa remaja. Kebiasaan tersebut dapat menjadikan individu dewasa awal memiliki perasaan terhubung dengan selebriti favoritnya tersebut, sehingga sulit untuk lepas dari kegiatan pengidolaan. Menurut penelitian Hermadana (2020), individu dewasa awal yang memiliki keterampilan sosial yang rendah cenderung lebih memilih untuk mengisi kekosongan dengan melakukan kegiatan pemujaan

selebriti. Individu tersebut akan lebih merasa nyaman bersosialisasi dengan sesama penggemar daripada bersosialisasi dengan masyarakat lingkungan sekitarnya. Hal ini menjadikan individu tersebut terus melakukan pemujaan selebriti.

Studi yang dilakukan oleh Ashe & McCutcheon (2001) dan yang dilakukan oleh Laksono & Noer (2021) menunjukkan bahwa individu dewasa awal yang melakukan pemujaan selebriti cenderung menunjukkan ketidakmampuan untuk membentuk hubungan sosial. Mereka memilih selebriti idolanya sebagai bentuk interaksi yang lebih mudah karena kemungkinan penolakannya rendah. Ketidakmampuan dalam membentuk hubungan sosial ini menimbulkan krisis pada masa dewasa awal yaitu isolasi yang ditandai dengan munculnya perasaan kesepian dan terkucilkan.

Perilaku pemujaan selebriti pada dewasa awal ditunjukkan dengan intensitas perasaan, dan frekuensi serta jenis kegiatan yang berbeda-beda sesuai dengan tingkatan pemujaannya. Semakin tinggi tingkatan pemujaan selebriti, maka semakin tinggi juga intensitas perasaan dan frekuensi kegiatan yang dilakukan (Laksono & Noer, 2021). Berdasarkan hasil studi kasus Laksono & Noer (2021) bentuk perilaku pemujaan selebriti pada dewasa awal diantaranya adalah membicarakan apapun yang berkaitan dengan idolanya dengan teman dekatnya; mengikuti kegiatan kumpul dengan komunitas penggemar bahkan sampai menjadi pengurus *fans club*; mencari tahu, mengikuti, dan menonton berbagai macam kegiatan atau acara yang dihadiri idolanya bahkan sampai tidak mau ketinggalan kegiatan atau acara yang dihadiri idolanya; terlibat langsung dalam aksi *fanwar*;

dan mengoleksi berbagai macam *merchandise* idolanya bahkan sampai mengoleksi apapun yang digunakan oleh idolanya (Laksono & Noer, 2021).

Adapun berdasarkan hasil penelitian Widjaja & Ali (2015) bentuk perilaku pemujaan selebriti pada dewasa awal adalah mempunyai perasaan intensif dan kompulsif, bahkan sampai memiliki perasaan obsesif terhadap idolanya. Sementara itu, berdasarkan studi kasus Dewi & Indrawati (2019) menghasilkan satu bentuk atau tahapan baru dari pemujaan selebriti pada dewasa muda penggemar K-Pop di Bali, yaitu *supportive idolization*. Menurut Dewi & Indrawati (2019), *supportive idolization* merupakan tahapan pemujaan selebriti yang berada di antara tahapan hiburan-sosial (*entertainment-social*) dan intens-pribadi (*intense-personal*), dimana bentuk perilakunya adalah hanya menjadikan selebriti sebagai idola sebatas di atas panggung, mampu membatasi penggunaan media sosial untuk mencari informasi mengenai idola dengan memberikan batasan waktu untuk mengakses informasi tentang idola K-Pop dan hanya fokus kepada informasi yang dianggap penting, dan hanya menganggap idolanya sebagai *role model*.

Fenomena *Korean Wave* dan K-Pop semakin berkembang pesat bahkan sampai ke jazirah Arab yang populasi mayoritasnya beragama Islam. Hal ini berarti bahwa banyak juga penggemar K-Pop dari kalangan Muslim. Berdasarkan penelitian Sari & Rosdiana (2022), persentase tingkat pemujaan selebriti pada responden beragama Islam yang mengidolakan selebriti berhijab adalah sebanyak 80% masuk dalam kategori tinggi dan tingkat pemujaan selebriti pada responden beragama Islam yang mengidolakan selebriti non-hijab adalah sebanyak 70% berada dalam kategori tinggi. Dalam agama Islam, kita memiliki keharusan untuk

menjalin dua hubungan yaitu *hablum minAllah* (hubungan yang baik dengan Allah) dan *hablum minannas* (hubungan baik dengan manusia). Dalam menjalin hubungan yang baik dengan manusia dapat juga berupa menjadikan selebriti sebagai idola, yang di dalamnya terdapat batasan-batasan tertentu. Menurut Maltby, Houran, Lange, Ashe, & McCutcheon (2002) tujuan dari pengidolaan selebriti semata-mata hanya untuk menjadikannya *role model*, bukan untuk menjadi begitu terpikat dengan mereka sehingga melakukan berbagai perilaku yang tidak diharapkan oleh agama, seperti memikirkan mereka, memperbesar pujian kepada mereka, atau bahkan bergantung pada mereka untuk keselamatan.

Studi yang dilakukan oleh Sari & Rosdiana (2022) menunjukkan bahwa individu Muslim yang melakukan pemujaan selebriti yang tinggi cenderung akan mengikuti gaya berbusana selebriti favoritnya, meskipun gaya berbusana tersebut tidak sesuai dengan ajaran agama. Berdasarkan hasil studi kasus Vally, Moussa, Khalil, Fahel, Azri, & Jafar (2020) bentuk perilaku pemujaan selebriti pada individu Muslim di Uni Emirat Arab ditunjukkan dengan intensitas dan kegiatan yang berbeda. Menurut Vally, Moussa, Khalil, Fahel, Azri, & Jafar (2020) individu Muslim yang memiliki pemujaan selebriti yang tinggi menunjukkan keinginan untuk menjadi terkenal dan secara subyektif menganggap hal ini disertai dengan peningkatan pengakuan diri dan kebahagiaan, serta cenderung untuk mengalihkan fokus mereka dari dunia nyata dan lebih terlibat secara terbuka dalam dunia fantasi.

Dampak-dampak pemujaan selebriti pada tingkat tinggi adalah dapat menghambat dewasa awal untuk mencapai tugas perkembangan. Menurut Laksono & Noer (2021) pemujaan selebriti dapat menghambat dewasa awal untuk

memenuhi tugas perkembangannya, salah satunya dalam hal mencapai hubungan romantis. Menurut Zsila, McCutcheon, & Demetrovics (2018) pemujaan selebriti berdampak pada penggunaan internet yang berlebihan, *maladaptive daydreaming*, dan hasrat akan ketenaran. Berdasarkan penelitian Cahyani & Purnamasari (2019) individu yang mengalami pemujaan selebriti menunjukkan fantasi yang berlebihan. Pemujaan selebriti juga membuat individu memiliki perilaku belanja kompulsif (Putri & Rositawati, 2020). Selain itu, ada beberapa dampak lainnya seperti adanya keinginan untuk melakukan operasi kosmetik (Maltby & Day, 2010), *eating disorder* (Aruguete, Griffith, Edman, Green, & Mccutcheon, 2014), motivasi dalam orientasi masa depan (Mukhlida, 2020), *advertisement attitude* dan minat membeli (Singh & Banerjee, 2018), memiliki kualitas hidup yang baik (Nawardi, Sahrani, Basaria, 2019), serta memiliki *psychological well-being* yang baik (Azzahra & Ariana, 2021).

Berdasarkan studi *literature review* yang dilakukan oleh Brooks (2018), berbagai faktor penyebab yang dapat mempengaruhi individu memiliki pemujaan selebriti adalah faktor demografis (usia, gender, budaya, dan etnis), religiositas, kecenderungan fantasi dan disosiasi, perilaku obsesif, *self-esteem*, hubungan dengan orang lain (*attachment*), hubungan dengan orang tua, dan hubungan romantis. Menurut studi kasus Maltby, Day, McCutcheon, Gillet, Houran, Ashe (2004) penyebab pemujaan selebriti adalah kondisi mental yang buruk (disfungsi sosial dan gejala depresi). Selain itu, ada beberapa faktor lainnya seperti fleksibilitas kognitif dan kompleksitas sosial (Maltby, Day, McCutcheon, Martin, & Cayanus, 2004), kemampuan regulasi emosi (Shabahang, Besharat,

Nikoogoftar, & Sheykhangafshe, 2019), teman sebaya (Xie, 2021), serta hubungan dengan orang tua dan status sosial-ekonomi (Cheung & Yeu, 2012).

Berdasarkan studi *literature review* yang dilakukan oleh Brooks (2018), salah satu faktor penyebab yang dapat mempengaruhi individu memiliki pemujaan selebriti adalah religiositas yang rendah. Religiositas adalah kedalaman pemahaman dan keyakinan seseorang terhadap agamanya, disertai dengan tingkat pengetahuan tentang agamanya yang diwujudkan melalui pengalaman-pengalaman keagamaannya. Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Menurut Bauto (2014) Islam sebagai agama yang universal merupakan bentuk perwujudan konsep Rahtan Lil Alamin (kasih sayang kepada semua orang). Masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang religius dan dituntut untuk beragama. Hal ini sejalan dengan sila pertama Pancasila yang berarti bahwa dasar dari semua norma dan nilai sosial, manusia dan pemerintahan didasarkan pada Ketuhanan Yang Maha Esa (Adnan, 2020).

Maltby (dalam Brooks, 2018) menemukan bahwa pemujaan selebriti menurun seiring dengan meningkatnya religiositas. Dalam studi selanjutnya Maltby (dalam Brooks, 2018) menemukan korelasi signifikan yang lebih nyata antara pemujaan selebriti dengan religiositas. Ini menyiratkan bahwa orang-orang beragama yang menunjukkan kepatuhan pada hukum ilahi dan otoritas agama cenderung tidak menyembah selebriti. Sehingga, dengan adanya religiositas akan mempengaruhi perilaku pemujaan selebriti pada individu. Individu dengan tingkat religiositas tinggi akan lebih menunjukkan kecintaannya terhadap Tuhannya daripada selebriti,

selain itu individu cenderung akan lebih memilih *role model* yang berkaitan dengan agamanya.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Sitasari, Margarett, Safitri, & Lisdayanti (2020) menunjukkan bahwa jika religiositas seseorang rendah maka pemujaan selebriti tinggi dan sebaliknya, jika religiositas tinggi maka pemujaan selebriti rendah. Berdasarkan hasil penelitian tersebut individu yang memiliki religiositas tinggi akan memiliki pengetahuan tentang agamanya, memiliki keyakinan yang kuat, serta rajin dalam menjalankan ibadah dan menghayati ajaran agamanya. Dengan memiliki keyakinan yang kuat, dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari individu akan berusaha berperilaku sesuai dengan ajaran agamanya, bertindak dengan mengetahui akibat yang akan terjadi, serta akan merasa resah dan cemas ketika melakukan sesuatu yang tidak sesuai dengan ajaran agamanya. Sementara individu yang memiliki religiositas rendah, yaitu yang beragama namun tidak selalu melaksanakan ibadah secara rutin, lebih mementingkan menyelesaikan pekerjaan terlebih dahulu meskipun sudah waktunya untuk beribadah. Ketika individu tidak bisa melaksanakan ibadahnya secara teratur individu tidak merasa Tuhan akan menegurnya atau akan mengakibatkan sesuatu yang tidak baik karena individu tidak percaya sepenuhnya dengan melakukan ibadah akan membuatnya lebih dekat dengan Tuhan. Sehingga, bagi individu tersebut mencari tahu tentang idolanya melalui internet lebih menyenangkan daripada melakukan ibadah tepat waktu.

Seperti yang telah dibahas sebelumnya berdasarkan studi *literature review* yang dilakukan oleh Brooks (2018), salah satu faktor penyebab yang dapat mempengaruhi individu memiliki pemujaan selebriti adalah religiositas yang

rendah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait pemujaan selebriti dan religiositas.

Peneliti telah memetakan penelitian-penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian ini, yaitu terkait pemujaan selebriti dan religiositas pada dewasa awal. Ditemukan sebanyak 2 penelitian penelitian dalam 10 tahun terakhir. Penelitian terbaru dilakukan oleh Lestari & Nugrahawati (2022) pada responden dewasa awal yang tergabung dalam fandom NCTzen di Indonesia dibuktikan ada korelasi antara pemujaan selebriti dengan religiositas. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa religiositas memiliki pengaruh terhadap pemujaan selebriti sebesar 5%. Penelitian lainnya dilakukan oleh Sitasari, Margaret, Safitri, & Lisdayanti (2021) pada responden yang tergabung dalam komunitas *fans Boyband 2PM*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang sama, yaitu religiositas mempengaruhi pemujaan selebriti sebesar 39%. Adapun penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Liu & Kei (2013) di Hong Kong pada responden dengan berbagai keyakinan dan latar belakang agama menunjukkan hasil sebaliknya, yaitu pemujaan selebriti dan religiositas berkorelasi secara positif.

Penelitian-penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian penulis dalam hal responden penelitiannya. Berdasarkan telaah jurnal terdahulu, peneliti menemukan celah yang masih belum diteliti terkait dengan belum adanya penelitian dengan 2 variabel (pemujaan selebriti dengan religiositas) di negara Indonesia dengan responden dewasa awal Muslim yang tergabung dalam *fandom* lain yang berbeda.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian singkat pustaka yang relevan di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut, “Apakah religiositas berhubungan dengan pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop dewasa awal yang beragama Islam?”.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara religiositas dengan pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop dewasa awal yang beragama Islam.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemujaan Selebriti (*Celebrity Worship*)

1. Definisi Pemujaan Selebriti

Pemujaan selebriti (*celebrity worship*) merupakan perilaku mengagumi selebriti yang berlebihan bahkan sampai pada perilaku memuja selebriti yang ditandai dengan adanya perasaan keterikatan yang ekstrem yang dimiliki seorang penggemar kepada selebriti favoritnya yang dapat menimbulkan rasa obsesi hingga delusional penggemar terhadap selebriti favoritnya. Menurut McCutcheon, Lange, & Houran (2002) perilaku mengagumi selebriti sebagai idola atau panutan adalah hal yang wajar dan merupakan bagian dari pengembangan identitas di masa kanak-kanak hingga remaja. Namun, perilaku mengagumi selebriti ini dapat menjadi abnormalitas apabila individu menjadi hampir terobsesi dengan satu atau lebih selebriti. Perilaku mengagumi selebriti yang abnormal ini dikenal dengan istilah pemujaan selebriti.

McCutcheon, Lange, & Houran (2002) mendefinisikan pemujaan selebriti sebagai pemujaan terhadap selebriti yang mengarah pada delusi hubungan yang sebenarnya dan kecanduan yang menumbuhkan kebutuhan akan keterlibatan yang semakin kuat untuk merasa terhubung dengan selebriti. Pemujaan selebriti juga didefinisikan sebagai hubungan parasosial. Menurut Horton dan Wohl (dalam Stever, 1991) pemujaan selebriti dapat didefinisikan sebagai hubungan parasosial yang mengacu pada hubungan interpersonal imajiner antara konsumen media dengan persona media. Lebih lanjut mengenai

persona media yang dijelaskan oleh Horton & Wohl (dalam Bocarnea & Brown, 2007) ini dapat berupa orang sungguhan (artis, atlet, aktor, dan sebagainya) atau karakter fiksi (tokoh kartun, tokoh film, dan sebagainya). Sementara itu, menurut Brown (dalam Brooks, 2018) pemujaan selebriti adalah bentuk intens dari keterikatan psikologis yang membuat hubungan seseorang dengan selebriti favorit mereka menjadi fokus utama hidup mereka, berkembang dari identifikasi yang kuat dan perasaan pengabdian yang intens untuk selebriti tersebut, dan ditandai dengan kesetiaan dan kemauan untuk menginvestasikan waktu dan keuangan untuk selebriti itu.

2. Aspek-Aspek Pemujaan Selebriti

Pemujaan selebriti memiliki tiga aspek atau tingkatan seseorang dalam aktivitas menggemari idolanya (McCutcheon, Lange, & Houran (2002); McCutcheon, Maltby, & Houran (2003); McCutcheon, Day, Maltby, Houran, & Ashe (2005)):

a. Tahapan hiburan-sosial (*entertainment-social stage*)

Tahapan hiburan-sosial adalah tahap paling ringan dimana aktivitas penggemar hanya sebatas untuk hiburan. Pada tahapan ini, individu menganggap selebriti favoritnya sebagai hiburan sosial. Perilaku pada tahapan ini ditandai dengan individu akan mencari tahu semua informasi dan bahkan kehidupan pribadi selebriti favoritnya tersebut dengan tujuan untuk hiburan semata. Pada tahapan ini, individu akan merasa senang untuk membicarakan

dan berbagi informasi terkait selebriti favoritnya sebagai wujud ketertarikan mereka terhadap selebriti tersebut.

b. Tahapan intens-pribadi (*intense-personal stage*)

Tahapan intens-pribadi adalah tahapan menengah dimana aktivitas penggemar mulai lebih naik satu tingkat dengan ditandai adanya perasaan pribadi yang intens. Perasaan pribadi yang intens ini diartikan sebagai pemikiran yang dimiliki individu untuk terus memikirkan segala hal tentang selebriti favoritnya meskipun sedang tidak ingin memikirkannya. Pada tahapan ini, individu akan mulai terobsesi dengan segala hal yang berkaitan dengan selebriti favoritnya, seperti mulai menunjukkan aktivitas impulsif dan kompulsif dengan mengoleksi barang-barang yang berhubungan dengan idolanya dan bahkan mulai menghayal tentang idolanya.

c. Tahapan batas-patologis (*borderline-pathological stage*)

Pada tahapan batas-patologis ini penggemar mulai memiliki perasaan yang lebih intensif, kompulsif, dan cenderung obsesif terhadap idolanya. Pada tahap ini, individu memiliki pemikiran yang irasional dan tidak terkontrol tentang selebriti favoritnya, dimana aktivitas penggemar mulai memiliki rasa empati yang berlebihan kepada idolanya disertai dengan identifikasi yang terlalu berlebihan. Selain itu, pada tahap ini memiliki khayalan bahwa idolanya adalah milik mereka, sehingga terobsesi dengan segala macam hal kecil tentang idolanya.

Sementara menurut Stever (2013), aspek dari pemujaan selebriti yang juga menjadi motivasi penggemar dan tingkatan dalam mengidolakan selebriti adalah:

a. *Task attraction*

Diawali dengan munculnya ketertarikan karena bakat dan kemampuan yang dimiliki selebriti tersebut.

b. *Identification attraction*

Mulai munculnya keinginan untuk menjadi seperti selebriti yang diidolakannya atau bahkan memiliki keyakinan bahwa selebriti yang diidolakannya tersebut memiliki kesamaan dengan dirinya.

c. *Romantic attraction*

Tingkatan ini merupakan tingkatan yang paling tinggi dimana adanya ketertarikan berdasarkan penampilan fisik hingga memiliki keinginan untuk menjalin hubungan yang lebih intim.

3. Faktor-Faktor Pemujaan Selebriti

Berdasarkan studi *literature review* yang dilakukan oleh Brooks (2018), berbagai faktor penyebab yang dapat mempengaruhi individu memiliki pemujaan selebriti adalah:

a. Usia

Pemujaan selebriti paling kuat terjadi pada masa remaja awal (usia 10 sampai 11 tahun), kemudian mencapai puncaknya pada masa remaja

pertengahan. Beberapa penelitian lainnya, menemukan bahwa pemujaan selebriti lebih sering terjadi pada masa remaja akhir dibandingkan dengan remaja awal.

b. Jenis kelamin

Pemujaan selebriti lebih banyak terjadi pada perempuan dibandingkan laki-laki. Beberapa penelitian menemukan bahwa laki-laki sedikit lebih mungkin untuk mendukung selebritis. Laki-laki lebih banyak melakukan pemujaan selebriti hanya pada tingkat hiburan-sosial, sementara perempuan berada pada tingkat batas-patologis.

c. Kepribadian

Beberapa penelitian menemukan bahwa pemujaan selebriti berkaitan erat dengan kepribadian Eysenck. Pemujaan selebriti pada tahapan hiburan-sosial memiliki hubungan dengan kepribadian *extraversion* dan tahapan intens-pribadi memiliki hubungan dengan semua aspek *neuroticism*. Selain itu, sebagian penelitian mengaitkan pemujaan selebriti dengan teori kepribadian *The Big Five Personality Model* yang menemukan bahwa individu yang melakukan pemujaan selebriti disebabkan karena kurangnya kehati-hatian (*Conscientiousness*). Berdasarkan penelitian tersebut juga menemukan bahwa kepribadian dari teori *The Big Five Personality Model* berkorelasi negatif dengan pemujaan selebriti.

d. Materialisme

Nilai-nilai materialistis memiliki korelasi positif dengan pemujaan selebriti, terutama pada tahapan intens-pribadi dan batas-patologis. Hal ini dikarenakan, individu dengan tingkat pemujaan selebriti yang tinggi akan rela melakukan apapun untuk selebriti favoritnya bahkan rela menghabiskan uangnya hanya untuk membeli barang-barang yang berhubungan dengan selebriti favoritnya tersebut.

e. Religiositas

Pemujaan selebriti menurun seiring dengan meningkatnya religiositas. Karena, individu dengan religiositas yang tinggi memiliki keyakinan dan pemahaman tentang agamanya, sehingga tidak terlalu tertarik pada selebriti.

f. *Self-esteem*

Pemujaan selebriti dikaitkan dengan kejelasan konsep diri yang lebih rendah dan harga diri yang lebih rendah. Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa anggota komunitas penggemar yang cenderung melakukan pemujaan selebriti memiliki harga diri yang jauh lebih rendah dan ketakutan yang jauh lebih tinggi akan evaluasi negatif daripada mereka yang tidak melakukan pemujaan selebriti.

g. Hubungan dengan orang lain

Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa adanya korelasi negatif antara keterikatan pada masa kanak-kanak (*childhood attachment*) dengan pemujaan selebriti. Orang dewasa yang merasakan kelekatan yang tidak aman

pada masa anak-anak lebih mungkin untuk melakukan pemujaan dan obsesif yang diarahkan pada selebriti. Individu dengan tingkat *attachment anxiety* yang lebih tinggi dan tingkat keterikatan yang lebih rendah lebih mungkin untuk melakukan pemujaan selebriti.

Selain itu, pemujaan selebriti diprediksi oleh ketidakhadiran orang tua. Ketika Ayah atau Ibu tidak ada, remaja lebih cenderung mengidolakan selebriti favorit mereka dan juga cenderung memiliki idola yang lebih tua. Hal ini dijadikan sebagai kompensasi 'penggantian' karena kurangnya figur otoritas. Pemujaan selebriti juga dikaitkan dengan tingkat keasyikan dalam keluarga dan kontrol psikologis dalam sistem keluarga.

Pemujaan selebriti juga dapat diprediksi karena kurangnya rasa keintiman dengan teman sebaya ataupun dengan lawan jenis. Penelitian menemukan bahwa pemujaan selebriti dapat bertindak sebagai kompensasi karena tidak memiliki rasa keintiman dengan sahabat ataupun dengan lawan jenis. Individu yang tidak sedang menjalin hubungan romantis melakukan keintiman yang dibayangkan lebih besar dengan selebriti lawan jenis yang mereka sukai daripada mereka yang berada dalam hubungan romantis.

Selain itu, beberapa penelitian juga telah menemukan faktor lain yang menjadi penyebab pemujaan selebriti, diantaranya:

A. Kesehatan mental yang buruk

Menurut studi kasus Maltby, Day, McCutcheon, Gillet, Houran, Ashe (2004), pemujaan selebriti pada tahapan intens-pribadi secara signifikan

berkaitan dengan kesehatan mental yang buruk (depresi, kecemasan, gejala somatik, disfungsi sosial, dan stres). Hal ini menunjukkan bahwa keterkaitan antara pemujaan selebriti dan kesehatan mental yang buruk adalah hasil dari kepribadian *neuroticism* dan gaya koping. Individu yang tidak mampu menghadapi peristiwa yang membuatnya stres secara efektif akan melakukan pemujaan selebriti pada tahapan intens-pribadi sebagai bentuk dari strategi kopingnya (Maltby, Day, McCutcheon, Gillet, Houran, Ashe, 2004).

B. Fleksibilitas Kognitif dan Kompleksitas Sosial

Menurut Maltby, Day, McCutcheon, Martin, & Cayanus (2004), seseorang yang tidak mampu untuk terlibat secara langsung dengan dunia dan berpikir secara fleksibel untuk menangani suatu masalah akan terkunci hanya pada satu pemikiran, sehingga akan mudah untuk melakukan pemujaan selebriti.

B. Religiositas

1. Definisi Religiositas

Religiositas adalah kedalaman pemahaman dan keyakinan seseorang terhadap agamanya, disertai dengan tingkat pengetahuan tentang agamanya yang diwujudkan melalui pengalaman-pengalaman keagamaannya. Stolz (2009), mendefinisikan religiositas sebagai preferensi individu, emosi, kepercayaan, dan tindakan yang mengacu pada agama yang ada. Menurut Huber & Huber (2012) religiositas mengacu pada intensitas, kepentingan subjektif agama atau arti penting identitas agama, dan sentralitasnya dalam diri

individu yang diwakilkan berdasarkan kepercayaan dan praktik keagamaan pribadi. Sementara DiDuca & Joseph (2007) mengkonseptualisasikan religiositas menggunakan konstruksi tentang pemikiran delusi, yaitu berfokus pada keyakinan yang dipegangnya, panduan agama atau keyakinannya, dan perasaan emosional yang terkait dengan keyakinan yang dipegangnya.

Adapun definisi religiositas berdasarkan perspektif Islam dari beberapa tokoh. Menurut Amir (2021) religiositas adalah tentang sejauh mana individu meyakini keberadaan dan ketetapan Tuhan, sejauh mana individu melakukan ibadah kepada Tuhan, dan sejauh mana individu memiliki pengalaman yang bermakna akan kehadiran Tuhan serta merasa dekat dengan Tuhan. Menurut Dali, Yousafzai, & Hamid (2019) religiositas adalah cara hidup yang utuh, cara berpikir, ideologi dan cara bertindak yang tidak terbatas pada kepercayaan dan ritual saja. Definisi tersebut memandang agama secara total, mencakup semua aspek kehidupan seperti politik, ekonomi, sosial, hukum dan pemerintahan. Menurut Mahudin, Noor, Dzulkifli, & Janon (2016), dalam perspektif Islam, agama adalah ikatan antara Tuhan sebagai realitas hakiki dengan ciptaan-Nya (manusia sebagai salah satu ciptaannya). Ini adalah cara hidup (*al-din*) atau jalan (*tariqat*) dengan Tuhan sebagai jangkar yang mencakup keseluruhan pekerjaan, iman, dan keberadaan seorang Muslim. Begitupun menurut Krauss, Hamzah, Juhari, & Hamid (2005) yang juga merujuk religiositas Islam pada konsep "*al-din*" yang berarti mengabdikan seluruh kehidupan sehari-hari untuk ibadah yang menyatukan kehidupan sesuai dengan prinsip tauhid dan kesatuan ibadah.

2. Dimensi Religiositas

Menurut Huber & Huber (2012), religiositas memiliki dimensi inti yang didefinisikan secara sosiologis dan sistem konstruk keagamaan pribadi yang didefinisikan secara psikologis dapat digambarkan sebagai berikut:

a. Intelektual

Dari perspektif sosiologis, dimensi intelektual mengacu pada harapan sosial bahwa umat beragama memiliki pengetahuan tentang agama, dan dapat menjelaskan pandangannya tentang transendensi, agama, dan religiositas. Dalam sistem konstruk keagamaan pribadi, dimensi ini direpresentasikan sebagai tema minat, keterampilan *hermeneutics*, gaya pemikiran dan interpretasi, serta sebagai kumpulan pengetahuan.

b. Ideologi

Dimensi ideologi mengacu pada harapan sosial bahwa individu beragama memiliki keyakinan tentang keberadaan dan esensi dari realitas transenden dan hubungan antara transendensi dengan manusia. Dalam sistem konstruk keagamaan pribadi, dimensi ini direpresentasikan sebagai keyakinan, keyakinan yang tidak perlu dipertanyakan, dan pola yang masuk akal.

c. Praktik Publik

Dimensi praktik publik mengacu pada harapan sosial bahwa individu yang religius menjadi bagian dari komunitas beragama, yang diwujudkan dalam partisipasi publik dalam ritual keagamaan dan kegiatan kemasyarakatan.

Dalam sistem konstruk keagamaan personal, dimensi ini direpresentasikan sebagai pola tindakan dan rasa memiliki sehubungan dengan tubuh sosial tertentu serta imajinasi transendensi ritual tertentu.

d. Praktik Privat

Dimensi praktik privat mengacu pada harapan sosial bahwa individu yang religius mengabdikan diri pada transendensi dalam aktivitas dan ritual individual di ruang privat. Dalam sistem konstruk keagamaan pribadi, dimensi ini direpresentasikan sebagai pola tindakan dan gaya pengabdian pribadi pada transendensi.

e. Pengalaman Religius

Dimensi pengalaman religius mengacu pada harapan sosial bahwa individu yang religius memiliki "semacam kontak langsung dengan realitas tertinggi" yang mempengaruhi mereka secara emosional. Dalam sistem konstruk keagamaan pribadi, dimensi ini direpresentasikan sebagai pola persepsi keagamaan dan sebagai tubuh pengalaman dan perasaan keagamaan.

Menurut Amir (2021) sesuai dengan merujuk konstruk teori dari Hill religiositas memiliki tiga aspek yang sesuai dengan ajaran Islam, yaitu:

a. Keyakinan Agama (*Religious Belief*)

Keyakinan yang paling utama yang menjadi dasar nilai dan norma Islam adalah keyakinan kepada Tuhan Yang Maha Esa (Allah). Keyakinan kepada Tuhan Yang Maha Esa ini disebut Tauhid. Allah adalah sumber dan tujuan hidup manusia. Dengan kata lain, manusia berasal dari Allah, hidup menurut

petunjuk Allah, dan kemudian kembali kepada Allah. Allah menurunkan ajaran Islam kepada manusia melalui Muhammad sebagai Nabi. Jadi, beriman kepada Allah berarti juga beriman kepada Nabi Muhammad sebagai pembawa wahyu Allah, dan beriman kepada Al-Qur'an sebagai kitab suci yang memuat wahyu Allah.

b. *Praktik Agama (Religious Practice)*

Keyakinan kepada Allah harus diwujudkan dalam praktik perilaku yang nyata. Al-Qur'an sebagai sumber rujukan utama memberikan petunjuk tentang amalan dan perilaku tersebut. Sumber rujukan lain adalah Hadits Nabi Muhammad berupa sabda, perbuatan dan ketetapan Nabi Muhammad tentang berbagai aspek kehidupan seperti, ibadah dan tata caranya, berorganisasi, sikap terhadap alam, masalah sosial, dan sebagainya. Praktik keagamaan harus dilakukan dengan niat ketaatan, ketundukan dan pengabdian yang disebut sebagai perilaku yang memiliki nilai “ibadah”.

c. *Pengalaman Agama (Religious Experience)*

Dalam perspektif Islam, individu memiliki pengalaman keagamaan yang paling bermakna ketika praktik agama semata-mata bertujuan untuk ketaatan, ketundukan dan pengabdian kepada Allah. Dalam hal ini, individu merasakan pengalaman-pengalaman seperti kebahagiaan, ketenangan, rasa kedekatan dengan Allah, kemampuan pengaturan diri, dan lain-lain ketika mereka melakukan kegiatan keagamaan dan kegiatan lainnya dengan hati yang tunduk dan patuh demi Allah semata. Dengan kata lain, dampak positif ibadah ada

kaitannya dengan pengalaman pribadi dalam beragama, karena dalam Islam tujuan ibadah adalah mensucikan akal atau jiwa agar yang bersangkutan dapat mewujudkannya untuk melakukan tindakan yang baik dan positif sepanjang hidup.

Sementara menurut Dali, Yousafzai, & Hamid (2019), terdapat lima dimensi religiositas, yaitu:

a. Kepercayaan (*beliefs*)

Kepercayaan atau iman mencakup keseluruhan keyakinan yang terkait dengan agama dan keyakinan terhadap agama itu sendiri.

b. Komitmen

Komitmen keagamaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang mematuhi nilai-nilai, kepercayaan, dan praktik agamanya dan menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.

c. *Influence*

Dimensi *influence* ini menjadikan keyakinan terhadap agama sebagai “pengaruh” dalam mengambil keputusan.

d. Amalan (*Practice*)

Secara singkat, amalan diartikan sebagai perbuatan baik atau amal *shaleh*. Amalan merupakan semua ibadah dasar yang mencakup tindakan yang telah ditentukan oleh agama (syariat), yaitu kewajiban, anjuran, dan larangan.

e. Pengalaman (*Experience*)

Dimensi pengalaman menggambarkan praktik keagamaan terkait perilaku.

Menurut Mahudin, Noor, Dzulkifli, & Janon (2016), yang merujuk pada konsep “*al-din*” berdasarkan “Hadits Jibril” menggambarkan konsep religiositas dengan tiga konstituen penting, yaitu:

a. Islam

Islam mencakup kewajiban agama seseorang yang dilakukan melalui perbuatan atau praktik keagamaan seperti ibadah, misalnya, melakukan shalat, puasa, sedekah atau zakat, haji, dan kewajiban sosial lainnya. Sementara kata Islam secara harfiah berarti tunduk pada sesuatu yang berkuasa atas seseorang, dalam Islam, itu secara khusus mengacu pada ketaatan kepada Allah SWT.

b. Iman

Iman mewakili sistem kognitif dan kepercayaan dalam memahami Tuhan. Tingkat iman melibatkan pemahaman dan keyakinan kepada Tuhan, para nabi, malaikat, kitab suci, dan kebangkitannya.

c. Ihsan

Ihsan merupakan aktualisasi dari keunggulan moral dan spiritual. Ihsan adalah dimensi batin di mana seseorang melakukan ibadah yang lebih dalam pengabdianya kepada Allah SWT. Hal ini dapat dilihat sebagai transformasi spiritual dari eksoterik ke esoteris dengan tujuan menjadi insan kamil (manusia sempurna atau universal) atau aktualisasi kebajikan dan kebaikan, sejalan

dengan peran yang telah ditetapkan Tuhan bagi manusia. Oleh karena itu, Ihsan adalah tingkat tertinggi yang dapat dicapai seseorang, dan dengan mencapainya, seorang Muslim dianggap telah berserah diri secara total. Dengan kata lain, penyerahan total atau ketaatan hanya mungkin terjadi ketika seseorang mengetahui fakta-fakta keberadaannya dan memiliki keyakinan yang teguh berdasarkan pengetahuan dan keyakinan.

Adapun menurut Krauss, Hamzah, Juhari, & Hamid (2005) religiositas dalam perspektif Islam dapat dipahami menurut dua konstruk utama, yaitu:

a. The Islamic Worldview

Konstruksi ini mencerminkan paradigma tauhid Islam dan diukur atau dinilai melalui akidah Islam, yang merinci apa yang harus diketahui, diyakini, dan dipahami secara batiniah tentang Tuhan dan agama oleh seorang Muslim.

b. Religious Personality

Konstruk ini mewakili manifestasi pandangan dunia religius seseorang dalam perbuatan saleh (amalan saleh), atau cara-cara tertentu seseorang mengekspresikan sifat-sifatnya atau menyesuaikan diri dengan situasi yang beragam di dunia yang dipandu oleh ajaran agama Islam dan dimotivasi oleh kesadaran Tuhan.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti akan menggunakan aspek-aspek religiositas menurut Amir (2021). Karena dinilai lebih lengkap dan komprehensif dengan adanya tiga aspek penting, yaitu kepercayaan, praktik, dan pengalaman individu terhadap agama dan Tuhannya yang dijelaskan dalam

perspektif Islam. Selain itu, aspek dan alat ukur yang dikembangkan oleh Amir (2021) ini dibuat khusus untuk masyarakat di Indonesia dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.797. Sehingga sejalan dengan responden pada penelitian ini.

C. Landasan Teoritik

Pemujaan selebriti digambarkan sebagai orang-orang yang terlibat dalam setiap detail kehidupan selebriti. Semakin seseorang memuja, mengagumi, atau terlibat dalam setiap detail kehidupan seorang selebriti, maka semakin besar kedekatan yang didambakan dari selebriti tersebut dan semakin besar pula keterlibatannya dengan sang selebriti. Religiositas merupakan salah satu faktor yang dapat memberi pengaruh pada pemujaan selebriti. Studi yang telah melakukan penelitian tersebut diantaranya adalah studi Lestari & Nugrahawati (2022), Sitasari, Margaret, Safitri, & Lisdayanti (2020), dan Maltby, Houran, Lange, Ashe, & McCutcheon (2002).

Aspek pertama dari religiositas adalah keyakinan agama. Menurut studi Sitasari, Margaret, Safitri, & Lisdayanti (2021) pada studi dengan responden penggemar *boyband* 2PM menjelaskan bahwa keyakinan agama berkorelasi negatif dengan pemujaan selebriti. Individu yang memiliki religiositas tinggi akan memiliki keyakinan yang kuat tentang agamanya. Dengan memiliki keyakinan yang kuat, dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari individu akan berusaha sesuai dengan ajaran agamanya, bertindak dengan mengetahui akibat yang akan terjadi, serta akan merasa resah dan cemas ketika melakukan sesuatu yang tidak sesuai dengan ajaran agamanya. Dia akan merasa malu ketika melakukan sesuatu

yang tidak baik meskipun tidak ada yang melihatnya karena dia sadar dan mengerti akibat dari perbuatannya. Dengan keyakinan yang kuat tersebut, akan membuat individu menghayati ajaran agamanya karena individu memiliki pengetahuan tentang agamanya dan rajin dalam menjalankan ibadah, sehingga idolanya bukan prioritas utamanya.

Aspek kedua dari religiositas adalah praktik agama. Menurut studi Lestari & Nugrahawati (2022) pada studi dengan responden dewasa awal menjelaskan bahwa praktik agama berkorelasi negatif dengan pemujaan selebriti. Individu yang memiliki pemujaan selebriti yang tinggi menyampingkan praktik atau ritual yang diwajibkan agamanya, seperti melalaikan ibadah. Sejalan dengan studi Lestari & Nugrahawati, studi yang dilakukan Sitasari, Margaret, Safitri, & Lisdayanti (2021) juga menjelaskan bahwa praktik agama berkorelasi negatif dengan pemujaan selebriti. Individu yang memiliki religiositas rendah cenderung lebih mementingkan pekerjaan duniawinya terlebih dahulu. Ketika individu tidak melaksanakan ibadahnya secara teratur, individu tersebut tidak merasa Tuhan akan menegurnya atau akan mengakibatkan sesuatu yang tidak baik karena individu tersebut tidak percaya sepenuhnya dengan melakukan ibadah akan membuatnya lebih dekat dengan Tuhan. Oleh karena itu, individu tersebut dapat memiliki pemujaan selebriti yang tinggi dengan fokus utamanya adalah idola mereka. Bagi individu tersebut mencari tahu tentang idolanya melalui internet lebih menyenangkan daripada melakukan ibadah tepat waktu. Individu tersebut bekerja untuk mendapatkan uang sehingga mereka dapat membeli barang-barang yang berhubungan dengan idola mereka, pergi ke mana pun idola mereka berada

meskipun terpisah kota atau bahkan negara. Individu tersebut akan lebih memilih menghabiskan uangnya untuk membeli barang-barang yang berhubungan dengan idolanya daripada memberikan sumbangan ke tempat ibadah.

Menurut Amir (2021) aspek ketiga dari religiositas adalah pengalaman agama. Menurut bukti bahwa religiositas bentuknya bisa *worship*. Berdasarkan kamus secara umum, *worship* sendiri didefinisikan sebagai pemujaan terhadap sesuatu. Pengalaman agama yang diharapkan dari religiositas adalah *hablum minannas* dan *hablum minAllah*. Sehingga, religiositas dapat juga hanya berfokus pada memuja manusia dalam bentuk selebritas, namun hal ini menjadi tidak utuh jika dipandang dari perspektif Islam. Menurut Maltby, Houran, Lange, Ashe, & McCutcheon (2002) menjelaskan bahwa pemujaan selebriti menurun seiring dengan meningkatnya religiositas. Dalam studi selanjutnya Maltby dalam Brooks (2018) menjelaskan bahwa orang-orang beragama yang menunjukkan kepatuhan pada hukum ilahi dan otoritas agama cenderung mengabaikan pemujaan terhadap selebriti atau tidak melakukan pemujaan selebriti dan bahkan menolak kehadiran selebriti meskipun untuk tujuan hiburan. Sehingga, pengalaman agama berkorelasi negatif dengan pemujaan selebriti. Individu dengan tingkat religiositas tinggi akan lebih menunjukkan kecintaannya terhadap Tuhannya daripada selebriti, selain itu individu cenderung akan lebih memilih *role model* yang berkaitan dengan agamanya. Dalam agama Islam, yang patut dijadikan *role model* adalah Nabi Muhammad SAW. Menurut Siddiqi (2006) Nabi Muhammad SAW., memiliki ketauladanan yang nyata sehingga sudah sepatutnya dijadikan suri tauladan atau *role model* dalam kehidupan seorang Muslim. Selain itu, dengan menjadikan Nabi

Muhammad SAW., sebagai idola dapat membantu seorang Muslim untuk lebih mempelajari ajaran Islam, karena Nabi Muhammad SAW., dapat dijadikan penghubung dalam mempelajari ajaran-ajaran agama Islam (Siddiqi, 2006).

Religiositas terbukti berkorelasi dengan pemujaan selebriti pada arah korelasi negatif. Hal ini terbukti pada beberapa penelitian terdahulu yang semuanya berkorelasi negatif. Berikut adalah jurnal yang membuktikan bahwa religiositas dan pemujaan selebriti berkorelasi negatif, Sitasari, Margarett, Safitri, & Lisdayanti (2021) dengan nilai *product moment Pearson* sebesar Sig. p 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai koefisien korelasi (r) sebesar -0,662; Lestari & Nugrahawati (2022) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,660; dan Maltby, Houran, Lange, Ashe, & McCutcheon (2002) dengan nilai korelasi (r) sebesar -0,48.

D. Hipotesis

Berdasarkan landasan teoritik di atas, penulis mengajukan hipotesis yaitu ada korelasi negatif antara pemujaan selebriti dengan religiositas dimana tingkat pemujaan selebriti akan menurun jika individu memiliki tingkat religiositas yang tinggi.

BAB 3

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan kedua variabel, sehingga metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian korelasional dengan religiositas sebagai variabel bebas dan pemujaan selebriti sebagai variabel tergantung. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dalam melakukan penentuan hipotesis, analisis data hingga pada kesimpulan data menggunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan data numerik (Musianto, 2002). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional yang bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antar satu atau lebih variabel. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala pemujaan selebriti dan skala religiositas. Kedua skala tersebut berbentuk kuesioner yang berisi pernyataan yang harus diisi. Terdapat beberapa alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan kondisi yang dialami subjek. Dari pengambilan data didapatkan data-data numerik dari jawaban subjek terhadap kuesioner yang kemudian akan dilakukan analisis statistik. Hasil dari analisis data tersebut akan menunjukkan hubungan pemujaan selebriti dengan religiositas pada dewasa awal Muslim.

B. Partisipan/Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini berfokus pada dewasa awal penggemar K-Pop yang beragama Islam. Penelitian ini menggunakan jenis teknik pengambilan sampel *non*

probability sampling, yaitu *purposive sampling*. Jenis teknik ini mengakibatkan tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama dalam menjadi sampel penelitian. Pemilihan anggota sampel dari populasi didasarkan pada kriteria partisipan yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti (Sumargo, 2020). Kriteria partisipan dalam penelitian ini adalah:

1. Penggemar K-Pop.
2. Memiliki setidaknya satu idola Korea.
3. Berusia sekitar 18-25 tahun (dewasa awal).
4. Beragama Islam.
5. Berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.

C. Pengukuran

Alat pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu skala pemujaan selebriti dan skala religiositas. Skala pemujaan selebriti yang digunakan adalah *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang dikembangkan oleh McCutcheon, Lange, dan Houran (2002). Skala ini mengukur tingkat pemujaan pada selebriti seseorang. Kemudian, skala religiositas yang digunakan adalah Skala Religiositas untuk Subjek Muslim yang dikembangkan oleh Amir (2021). Skala ini mengukur tingkat religiositas seseorang.

1. Skala pemujaan selebriti: *Celebrity Attitude Scale* (CAS)

Peneliti menyepakati teori dari McCutcheon, Lange, & Houran (2002) karena tokoh tersebut menyebutkan dalam penelitiannya bahwa dimensi pemujaan selebriti sejalan dengan tiga dimensi tipe kepribadian Eysenck, yaitu *extraversion*,

neuroticism, dan psychoticism. Selain itu, tokoh tersebut juga menyebutkan bahwa pemujaan selebriti merupakan perilaku mengagumi selebriti yang abnormalitas. Sehingga, teori dari McCutcheon, Lange, & Houran (2002) sejalan dengan penelitian ini.

Peneliti akan menggunakan aspek-aspek pemujaan selebriti menurut McCutcheon, Lange, & Houran (2002), yaitu dengan alat ukur *Celebrity Attitude Scale*. Hal ini karena, alat ukur tersebut paling banyak digunakan dan memiliki nilai *cronbach's alpha* yang tinggi dan stabil, yaitu sebesar 0.940. Selain itu, aspek-aspek dari teori ini membandingkan tiga tingkatan dari pemujaan selebriti, dengan serangkaian perilaku yang berbeda dan terkait dengannya. Sehingga, aspek-aspek pemujaan selebriti menurut McCutcheon, Lange, & Houran (2002) ini sejalan dengan tujuan penelitian ini.

Celebrity Attitude Scale (CAS) dibuat oleh John Maltby, McCutcheon, Lange, dan Houran (2002) memiliki item sebanyak 22 dengan bentuk skala likert, dimana semua itemnya termasuk dalam kategori *favorable*. Alat ukur ini memiliki 3 aspek, yaitu tahap hiburan-sosial, tahap pribadi-intens, dan tahap gangguan patologis. Pada setiap item alat ukur CAS memiliki lima jawaban alternatif, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (R), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 1*Sebaran Item Skala CAS*

Aspek-Aspek	Nomor Butir	Jumlah
1. Tingkat hiburan-sosial	2, 4, 5, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19	10
2. Tingkat pribadi-intens	1, 3, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 21	9
3. Tingkat gangguan patologis	9, 20, 22	3

Note. $N = 22$

Tabel 2*Skoring Skala CAS*

Item	Nilai Item				
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Sangat Setuju
Favorable	1	2	3	4	5

Semua item merupakan item *favorable*. Aspek-aspek yang berkaitan dengan pemujaan selebritas dapat digambarkan sebagai tingkatan, sehingga cara skoring CAS diukur dengan melihat skor total dari setiap aspek pemujaan selebriti. Dengan demikian, perilaku yang dijelaskan oleh item-item pada aspek tahap “tinggi” tidak menggantikan perilaku yang muncul di item-item pada aspek tahap “rendah”. Akan tetapi, seiring meningkatnya pemujaan selebriti, perilaku-perilaku di item rendah maupun tinggi cenderung semakin sering terjadi secara bersamaan. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat pemujaan selebriti seseorang, maka semakin tinggi pula frekuensi dan intensitas perilaku yang menunjukkan kecintaannya terhadap selebriti idolanya.

2. Skala religiositas: Skala Religiositas untuk Subjek Muslim

Penelitian ini merujuk pada konsep religiositas dari Hill yang dikembangkan oleh Amir (2021). Karena konsep dari tokoh tersebut dinilai dapat menjelaskan religiositas dengan baik. Selain itu, konsep dari tokoh tersebut juga mengukur religiositas secara multidimensional.

Begitupun dengan aspek dari religiositas yang menjadi fokus pada penelitian ini merujuk pada konstruk teori dari Hill yang dikembangkan oleh Amir (2021) yang disesuaikan dengan ajaran Islam, yaitu aspek *religious belief* (keyakinan agama), *religious practice* (praktik agama), dan *religious experience* (pengalaman agama).

Skala religiositas untuk subjek Muslim yang dikembangkan oleh Amir (2021) memiliki item sebanyak 13 dengan bentuk skala likert, dimana semua itemnya termasuk dalam kategori *favorable*. Alat ukur ini memiliki tiga dimensi, yaitu keyakinan, praktek, dan pengalaman. Pada setiap item alat ukur ini memiliki empat jawaban alternatif.

Tabel 3

Sebaran Item Skala Religiositas

Aspek-Aspek	Nomor Butir	Jumlah
1. Keyakinan (<i>Belief</i>)	1, 2, 3, 4	4
2. Praktik (<i>Practice</i>)	5, 6, 7, 8, 9	5
3. Pengalaman (<i>Experience</i>)	10, 11, 12, 13	4

Note. $N = 13$

Tabel 4*Skoring Skala Religiositas*

Item	Nilai Item			
	Sangat Yakin/ Selalu/Sering	Yakin/ Sering/ Kadang- Kadang	Kurang Yakin/ Kadang- Kadang/Jarang	Tidak Yakin/ Jarang/ Hampir Tidak pernah/ Tidak Pernah
Favorable	4	3	2	1

Semua item merupakan item *favorable*. Semakin tinggi skor yang didapat, maka semakin tinggi tingkat religiositas subjek. Sebaliknya, semakin rendah skor yang didapat pada tiap aspek, maka semakin rendah tingkat religiositas subjek.

D. Prosedur Penelitian

Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner atau angket dengan skala likert. Skala likert merupakan skala pengukuran yang memiliki alternatif butir jawaban atau lebih yang akan membentuk skor atau nilai yang dapat mengungkap sifat individu, seperti pengetahuan, sikap dan perilaku (Budiaji, 2013). Pengumpulan data dilakukan secara daring dengan menyebarkan kuesioner menggunakan media *google form*. Adapun tahapan penelitian yang akan dilakukan adalah pertama membuat kuesioner menggunakan media *google form* dengan 5 bagian, yaitu bagian 1 berupa paragraf pembuka, bagian 2 berupa pertanyaan mengenai identitas subjek dan pertanyaan skrining, bagian 3 berupa pertanyaan item-item dari skala variabel tergantung (pemujaan selebriti), bagian 4 berupa pertanyaan item-item dari skala variabel bebas (religiositas), dan bagian 5 berupa

ucapan terima kasih. Kuesioner akan disebar kepada penggemar K-Pop di seluruh Indonesia yang berusia sekitar 18-25 tahun dan beragama Islam.

Kemudian, proses analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi olah data, yaitu *IBM Stastical Package for Social Science (SPSS) 25.0 for windows*. Analisis data yang dilakukan adalah uji normalitas, uji hipotesis, uji korelasi antar aspek, dan uji beda.

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

A. Deskripsi Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah penggemar K-Pop di seluruh Indonesia, dengan usia sekitar 18-25 tahun, beragama Islam, dan berjenis kelamin laki-laki atau perempuan. Jumlah subjek yang terkumpul dalam penelitian ini yaitu 257 partisipan. Berikut merupakan tabel pemaparan ringkas mengenai subjek penelitian berdasarkan kriteria demografi:

Tabel 5

Deskripsi Subjek Penelitian

Aspek Demografis	Kategori	n	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	12	4.7%
	Perempuan	245	95.3%
Penghasilan atau Uang Saku Bulanan	< 1.000.000	121	47.1%
	1.000.000 – 3.000.000	123	47.9%
	> 3.000.000	13	5%
Tergabung dalam Komunitas Penggemar	Ya	133	51.8%
	Tidak	124	48.2%

Note. $N = 257$

Data deskripsi subjek di atas menunjukkan bahwa jumlah subjek penelitian terbanyak berdasarkan kriteria demografi adalah subjek perempuan dengan persentase 95.3%, subjek dengan penghasilan atau uang saku bulanan Rp.1.000.000 – 3.000.000 sebesar 47.9%, dan subjek yang tergabung dalam komunitas penggemar dengan persentase 51.8%.

B. Uji Asumsi Data Penelitian

Tujuan dilakukan deskripsi data penelitian ini adalah untuk mengetahui peringkat skor variabel pemujaan selebriti dan religiositas yang didapatkan dari responden. Metode deskripsi data yang digunakan penelitian ini adalah metode persentil *software SPSS For Windows 25.0*, dengan menggunakan metode ini dapat diketahui norma kategorisasi data responden. Berikut merupakan deskripsi norma kategorisasi dalam penelitian ini:

Tabel 6

Deskripsi Data Penelitian

Variabel	Persentil			
	20	40	60	80
Pemujaan Selebriti	26.4	52.8	79.2	105.6
Religiositas	13	26	39	52

Deskripsi data penelitian ini akan dibagi ke dalam lima kategori. Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan norma kategorisasi yaitu:

Tabel 7

Norma Kategorisasi

Kategori	Rumus Norma Kategorisasi
Sangat Rendah	$X < P20$
Rendah	$P20 \leq X \leq P40$
Sedang	$P40 < X \leq P60$
Tinggi	$P60 < X \leq P80$
Sangat Tinggi	$X > P80$

Keterangan:

X = Skor total

P60 = Persentil 60

P20 = Persentil 20

P80 = Persentil 80

P40 = Persentil 40

Hasil rumus kategorisasi di atas menunjukkan bahwa kategorisasi responden terbagi menjadi lima kategori. Lima kategori tersebut meliputi kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi. Hasil kategorisasi data responden akan dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 8

Kategorisasi Subjek Pemujaan Selebriti

Kategorisasi	Rentang Skor	f	%
Sangat Rendah	$X < 26.4$	0	0
Rendah	$26.4 < X \leq 52.8$	9	3.5
Sedang	$52.8 < X \leq 79.2$	139	54.1
Tinggi	$79.2 < X \leq 105.6$	106	41.2
Sangat Tinggi	$X > 105.6$	3	1.2

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 257 responden terdapat 0 responden yang masuk ke dalam kategori sangat rendah dengan persentase sebesar 0% dan sebanyak 3 responden termasuk ke dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 1.2%. Sedangkan frekuensi terbesar adalah responden dengan kategori sedang, yaitu sebanyak 139 responden dengan persentase sebesar 54.1%. Hal ini menandakan bahwa responden pada penelitian ini memiliki skor pemujaan selebriti yang sedang.

Tabel 9

Kategorisasi Subjek Religiositas

Kategorisasi	Rentang Skor	f	%
Sangat Rendah	$X < 13$	0	0
Rendah	$13 < X \leq 26$	0	0
Sedang	$26 < X \leq 39$	8	3.1
Tinggi	$39 < X \leq 52$	244	94.9
Sangat Tinggi	$X > 52$	5	1.9

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 257 responden terdapat 0 responden yang masuk ke dalam kategori sangat rendah dengan persentase sebesar 0% dan sebanyak 5 responden termasuk ke dalam kategori sangat tinggi dengan persentase sebesar 1.9%. Sedangkan frekuensi terbesar adalah responden dengan kategori tinggi, yaitu sebanyak 244 responden dengan persentase sebesar 94.9%. Hal ini menandakan bahwa responden pada penelitian ini memiliki skor religiusitas cenderung tinggi.

C. Uji Asumsi Data Penelitian

Uji asumsi dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi syarat melakukan uji hipotesis. Uji asumsi pada penelitian ini menggunakan dua pengujian, yaitu uji normalitas dan uji linearitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan agar dapat mengetahui data penelitian memiliki sebaran data yang terdistribusi normal atau tidak berdasarkan populasi variabel penelitian yang diuji. Pada penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah uji normalitas menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov*, karena penelitian ini memiliki subjek lebih dari 50. Sebaran data dapat disebut normal apabila nilai signifikansi $p > 0.05$. Sedangkan, sebaran data yang tidak normal memiliki nilai signifikansi $p < 0.05$. Selain itu, uji normalitas pada penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan teknik uji *Q-Q Plots*. Sebaran data dapat disebut normal jika sebaran data mengikuti atau terletak di sekitar garis lurus. Sedangkan, sebaran data yang tidak mengikuti ataupun tidak terletak di sekitar garis lurus data disebut tidak

normal. Apabila data normal, pengambilan kesimpulan tidak hanya dapat berlaku pada sampel, tetapi juga dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi penelitian. Berikut merupakan tabel yang menjelaskan hasil uji normalitas pada variabel pemujaan selebriti dan religiositas:

Tabel 10

Hasil Uji Normalitas Variabel Pemujaan Selebriti

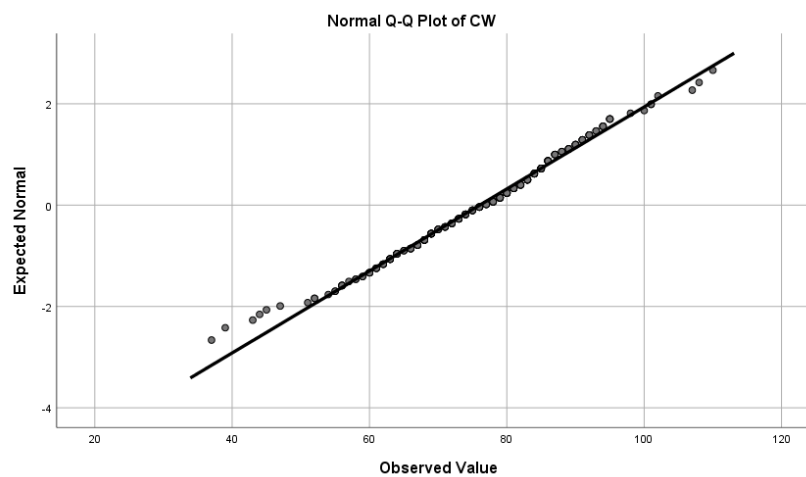
Variabel	<i>Kolmogorov-Smirnov^a</i>			<i>Saphiro-Wilk</i>		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Pemujaan Selebriti	.054	257	.071	.992	257	.170

a. Lilliefors Significance Correction

Tabel 10 menunjukkan bahwa data variabel pemujaan selebriti terdistribusi secara normal karena memiliki nilai signifikansi $p > 0.05$, yaitu sebesar 0.071.

Gambar 1

Q-Q Plots Variabel Pemujaan Selebriti



Gambar di atas menunjukkan bahwa data variabel pemujaan selebriti terdistribusi secara normal karena sebaran data mengikuti dan terletak di sekitar garis lurus.

Tabel 11

Hasil Uji Normalitas Variabel Religiusitas

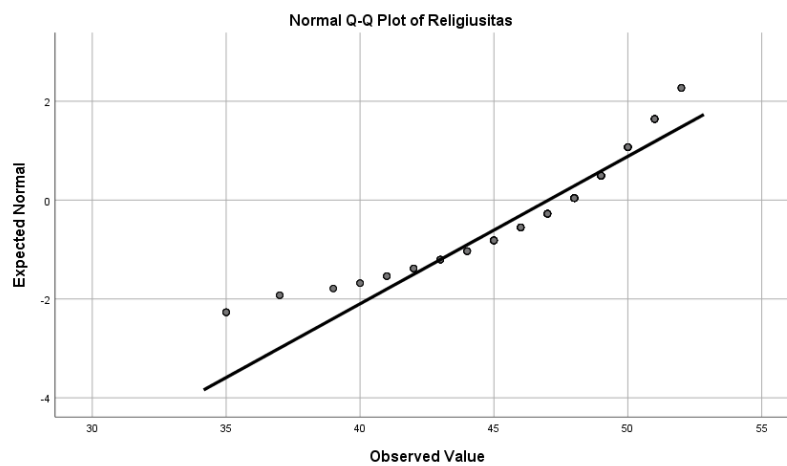
Variabel	<i>Kolmogorov-Smirnov^a</i>			<i>Saphiro-Wilk</i>		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Religiusitas	.066	257	.057	.874	257	.540

a. Lilliefors Significance Correction

Tabel di atas menunjukkan bahwa data variabel religiusitas terdistribusi secara normal karena memiliki nilai signifikansi $p > 0.05$, yaitu sebesar 0.057.

Gambar 2

Q-Q Plots Variabel Religiusitas



Gambar di atas menunjukkan bahwa data variabel religiusitas terdistribusi secara normal karena sebaran data mengikuti dan terletak di sekitar garis lurus.

2. Uji Linearitas

Pelaksanaan uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel penelitian. Penelitian ini menguji linearitas dengan menggunakan teknik *Compare Means*. Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* > 0.05 maka ada hubungan linear yang signifikan antara kedua variabel. Sebaliknya, jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* < 0.05 maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara kedua variabel. Berikut hasil uji linearitas antar variabel pemujaan selebriti dan variabel religiositas.

Tabel 12

Hasil Uji Linearitas

Variabel	Linearitas	F	P	Keterangan
Pemujaan Selebriti	<i>Linearity</i>	3.546	0.061	Linear
Religiositas	<i>Deviation from Linearity</i>	0.885	0.575	Tidak menyimpang garis linear

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji linearitas antar variabel pemujaan selebriti dan variabel religiositas menghasilkan nilai *F linearity* = 3.546 dengan nilai signifikansi $p = 0.061$ ($p > 0.05$) dan nilai *Deviation from Linearity* $F = 0.885$ dengan nilai $p = 0.575$ ($p > 0.05$). Dengan demikian, hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan linear yang signifikan antara kedua variabel.

D. Uji Hipotesis Data Penelitian

Hasil uji asumsi menghasilkan uji normalitas dan uji linearitas yang akan dipaparkan sebagai berikut. Pada uji normalitas, data variabel pemujaan selebriti dan variabel religiositas terdistribusi normal. Pada uji linearitas, data variabel

pemujaan selebriti dan religiositas menunjukkan adanya hubungan yang linear. Dengan demikian, kedua prasyarat uji asumsi terpenuhi.

Setelah melakukan uji asumsi, peneliti melakukan uji hipotesis penelitian yaitu dengan melakukan uji korelasi. Tujuan melakukan uji korelasi adalah untuk mengetahui hubungan antara pemujaan selebriti dengan religiositas pada penggemar K-Pop. Selain itu, uji korelasi bertujuan untuk mengetahui apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak. Teknik uji korelasi dalam penelitian ini adalah uji korelasi parametrik *Pearson Correlation (1-Tailed)*. Hal ini dikarenakan kedua prasyarat uji asumsi untuk uji normalitas dan uji linearitas terpenuhi. Hal tersebut mengakibatkan pengambilan kesimpulan penelitian dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi penelitian. Berikut adalah hasil uji hipotesis penelitian:

Tabel 13

Hasil Uji Korelasi Pemujaan Selebriti dengan Religiositas

Variabel	r	r ²	p	Keterangan
Pemujaan Selebriti Religiositas	-0.117	0.013	0.030	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji hipotesis menunjukkan adanya nilai korelasi r sebesar -0.117 dengan signifikansi nilai $p = 0.030$ ($p < 0.05$). Hal tersebut mengungkapkan bahwa terdapat korelasi negatif yang signifikan antara pemujaan selebriti dengan religiositas. Namun, nilai koefisien korelasi menunjukkan kekuatan hubungan yang lemah karena berada di antara 0.1 - 0.3. Kemudian, pemujaan selebriti dan religiositas memperoleh nilai koefisien determinasi sebesar $r^2 = 0.013$, sehingga religiositas dapat memberikan pengaruh terhadap pemujaan selebriti

sebesar 1.3%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini **diterima**.

E. Uji Analisis Data Tambahan

Peneliti juga melakukan analisis tambahan guna melihat lebih dalam lagi mengenai korelasi antara variabel pemujaan selebriti dengan religiositas pada beberapa hal, termasuk di antaranya adalah interkorelasi dan data demografi. Berikut merupakan hasil analisis tambahan dari masing-masing data yang akan dipaparkan dalam tabel di bawah ini:

1. Interkorelasi Aspek-Aspek Pemujaan Selebriti dengan Religiositas

Tabel 14

Hasil Interkorelasi Aspek-Aspek Pemujaan Selebriti dengan Religiositas

	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Pemujaan Selebriti	1							
2. Tahap Hiburan Sosial	.859**	1						
3. Tahap Intens-Personal	.910**	.607**	1					
4. Tahap Batas-Patologis	.679**	.364**	.625**	1				
5. Religiositas	-.117*	-.111*	-.081	-.121*	1			
6. Keyakinan Agama	-.193**	-.116*	-.182**	-.241**	.624**	1		
7. Praktik Agama	-.046	-.102	.011	-.007	.870**	.266**	1	
8. Pengalaman Agama	-.074	-.026	-.080	-.110*	.759**	.374**	.487**	1

**p<0.01 *p<0.05

Hasil interkorelasi menunjukkan adanya perbedaan korelasi antara masing-masing aspek dari variabel pemujaan selebriti dengan variabel religiositas. Berdasarkan tabel hasil interkorelasi, korelasi signifikan terkuat adalah

aspek tahap batas-patologis dengan aspek keyakinan agama, yaitu dengan nilai sebesar -0.241*. Diikuti dengan aspek pemujaan selebriti dengan aspek religiositas, yaitu dengan nilai sebesar -0.117*. Terakhir, aspek tahap batas-patologis dengan pengalaman agama, yaitu dengan nilai sebesar -0.110*. Hal ini menandakan bahwa aspek religiositas yang paling berperan dalam menurunkan tingkat pemujaan selebriti adalah aspek keyakinan agama dan pengalaman agama.

2. Uji Korelasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 15

Hasil Uji Korelasi ditinjau dari Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Koefisien Korelasi (r)	Koefisien Signifikansi (p)	Koefisien Determinan (r ²)
Perempuan	-.135	.018	.018
Laki-Laki	-.219	.247	.768

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji korelasi menunjukkan adanya nilai koefisien korelasi (r) pada perempuan penggemar K-Pop yaitu -0.135 dan nilai p = 0.018 ($p < 0.05$) dan pada laki-laki penggemar K-Pop memiliki nilai r sebesar -0.219 dan nilai p = 0.247 ($p > 0.05$). Hal ini menandakan bahwa terdapat korelasi negatif signifikan antara pemujaan selebriti dengan religiositas pada perempuan penggemar K-Pop dan adanya korelasi negatif tidak signifikan antara pemujaan selebriti dengan religiositas pada laki-laki penggemar K-Pop, sehingga perempuan penggemar K-Pop memiliki korelasi yang lebih kuat.

3. Uji Beda Pemujaan Selebriti ditinjau dari Jenis Kelamin

Peneliti melakukan uji beda dengan tujuan mengetahui apakah ada perbedaan antara pemujaan selebriti yang dimiliki oleh penggemar K-Pop dewasa awal berdasarkan jenis kelamin. Uji beda ini menggunakan teknik adalah *Independent Sample T-Test*. Berikut tabel hasil uji beda dari pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop dewasa awal berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 16

Hasil Uji Beda Pemujaan Selebriti berdasarkan Jenis Kelamin

Variabel	p	Mean	
Jenis Kelamin dan Pemujaan Selebriti	0.010	Laki-laki	66.16
		Perempuan	76.48

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji beda menunjukkan nilai signifikansi $p = 0.010$ ($p < 0.05$). Hal ini mengindikasikan adanya perbedaan yang signifikan antara pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop laki-laki dan perempuan. Hal ini dapat dilihat dari perbedaan nilai *mean* pemujaan selebriti pada kategori laki-laki sebesar 66.16 dan perempuan sebesar 76.48. Jika dilihat dari perolehan rata-rata, penggemar K-Pop laki-laki mempunyai tingkat pemujaan selebriti yang lebih rendah daripada penggemar K-Pop perempuan.

4. Uji Korelasi Berdasarkan Penghasilan atau Uang Saku Bulanan

Tabel 17

Hasil Uji Korelasi Ditinjau dari Penghasilan atau Uang Saku Bulanan

Penghasilan atau Uang Saku Bulanan	Koefisien Korelasi (r)	Koefisien Signifikansi (p)	Koefisien Determinan (r²)
< 1.000.000	-.107	.121	.011
1.000.000 – 3.000.000	-.115	.103	.013
> 3.000.000	-.255	.200	.065

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji korelasi menunjukkan adanya nilai koefisien korelasi (r) pada penggemar K-Pop dengan penghasilan atau uang saku bulanan < 1.000.000, yaitu sebesar -0.107 dan nilai $p = 0.121$ ($p > 0.05$). Kemudian, pada penggemar K-Pop dengan penghasilan atau uang saku bulanan 1.000.000 – 3.000.000 memiliki nilai koefisien korelasi (r) sebesar -0.115 dan nilai $p = 0.103$ ($p > 0.05$). Selanjutnya, penggemar K-Pop dengan penghasilan atau uang saku bulanan > 3.000.000 memiliki nilai koefisien korelasi (r) sebesar -0.255 dan nilai $p = 0.200$ ($p > 0.05$). Hal ini menandakan bahwa terdapat korelasi negatif yang tidak signifikan antara pemujaan selebriti dengan religiositas dengan penghasilan atau uang saku bulanan.

5. Uji Beda Pemujaan Selebriti ditinjau dari Penghasilan atau Uang Saku Bulanan

Peneliti melakukan uji beda dengan tujuan mengetahui apakah ada perbedaan antara pemujaan selebriti yang dimiliki oleh penggemar K-Pop dewasa awal berdasarkan penghasilan atau uang saku bulanan. Uji beda ini menggunakan teknik adalah *One Way Anova*, karena kelompok kategori ada lebih dari dua variabel.

Berikut tabel hasil uji beda dari pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop dewasa awal berdasarkan penghasilan atau uang saku bulanan:

Tabel 18

Hasil Uji Beda Pemujaan Selebriti berdasarkan Penghasilan atau Uang Saku

Bulanan

Variabel	p	Mean
Penghasilan/Uang Saku Bulanan dan Pemujaan Selebriti	0.035	< 1.000.000
		1.000.000-3.000.000
		> 3.000.000
		76.87
		74.50
		83.08

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji beda menunjukkan nilai signifikansi $p = 0.035$ ($p < 0.05$). Hal ini mengindikasikan adanya perbedaan yang signifikan antara pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop dengan penghasilan atau uang saku bulanan <1.000.000, 1.000.000-3.000.000, dan >3.000.000. Selain itu, dapat dilihat dari perbedaan nilai *mean* pemujaan selebriti pada kategori penghasilan atau uang saku bulanan <1.000.000 sebesar 76.87, penghasilan atau uang saku bulanan 1.000.000-3.000.000 sebesar 74.50, dan penghasilan atau uang saku bulanan >3.000.000 sebesar 83.08. Jika dilihat dari perolehan rata-rata, penggemar K-Pop dengan penghasilan atau uang saku bulanan >3.000.000 mempunyai tingkat pemujaan selebriti yang lebih tinggi daripada penggemar K-Pop dengan penghasilan atau uang saku bulanan <1.000.000 ataupun 1.000.000-3.000.000.

6. Uji Korelasi Berdasarkan Tergabung dalam Komunitas Penggemar

Tabel 19

Hasil Uji Korelasi Ditinjau dari Tergabung dalam Komunitas Penggemar

Tergabung dalam Komunitas Penggemar	Koefisien Korelasi (r)	Koefisien Signifikansi (p)	Koefisien Determinan (r²)
Ya	-.144	.039	.020
Tidak	-.092	.155	.008

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji korelasi menunjukkan adanya nilai koefisien korelasi (r) pada penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas penggemar, yaitu sebesar -0.144 dan nilai $p = 0.039$ ($p < 0.05$) dan pada penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas penggemar memiliki nilai koefisien korelasi (r) sebesar -0.092 dan nilai $p = 0.155$ ($p > 0.05$). Hal ini menandakan bahwa terdapat korelasi negatif yang signifikan antara pemujaan selebriti dengan religiositas pada penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas penggemar dan adanya korelasi negatif yang tidak signifikan antara pemujaan selebriti dengan religiositas pada penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas penggemar. Sehingga penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas penggemar memiliki korelasi yang lebih kuat.

7. Uji Beda Pemujaan Selebriti ditinjau dari Tergabung dalam Komunitas Penggemar

Peneliti melakukan uji beda dengan tujuan mengetahui apakah ada perbedaan antara pemujaan selebriti yang dimiliki oleh penggemar K-Pop dewasa awal berdasarkan jenis kelamin. Uji beda ini menggunakan teknik adalah *Independent*

Sample T-Test. Berikut tabel hasil uji beda dari pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop dewasa awal berdasarkan tergabung dalam komunitas penggemar:

Tabel 20

Hasil Uji Beda Pemujaan Selebriti berdasarkan Tergabung dalam Komunitas

Penggemar

Variabel	p	Mean
Tergabung dalam Komunitas Penggemar dan Pemujaan Selebriti	0.000	Ya 79.15
		Tidak 72.72

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji beda menunjukkan nilai signifikansi $p = 0.000$ ($p < 0.05$). Hal ini mengindikasikan adanya perbedaan yang signifikan antara pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop yang tergabung dengan komunitas dan yang tidak tergabung dalam komunitas. Selain itu, dapat dilihat dari perbedaan nilai *mean* pemujaan selebriti pada kategori tergabung dalam komunitas sebesar 79.15 dan tidak tergabung dalam komunitas sebesar 72.72. Jika dilihat dari perolehan rata-rata, penggemar K-Pop yang tergabung dengan komunitas mempunyai tingkat pemujaan selebriti yang lebih tinggi daripada penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas.

F. Diskusi Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pemujaan selebriti dengan religiositas pada penggemar K-Pop dalam masa perkembangan dewasa awal yang beragama Islam. Penelitian ini memperoleh responden sebanyak 257 penggemar K-Pop di seluruh Indonesia. Data yang telah terkumpul kemudian

diolah menggunakan *software SPSS For Windows 25.0* dan teknik *Pearson Correlation*. Berdasarkan hasil olah data, diketahui bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara pemujaan selebriti dengan religiositas pada penggemar K-Pop dengan nilai koefisien korelasi yang dapat dilihat di tabel 13. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Berdasarkan tabel 13, menunjukkan adanya kekuatan hubungan yang lemah antara pemujaan selebriti dengan religiositas, karena berada di antara 0.1 - 0.3. Religiositas dapat memberikan sumbangan efektif terhadap pemujaan selebriti sebesar 1.3%, sedangkan 98.7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang berpengaruh dan belum diuji dalam penelitian ini. Hal ini mengindikasikan masih banyak faktor lain yang dapat lebih mempengaruhi pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop dewasa awal yang beragam Islam.

Penemuan ini sejalan dengan beberapa hasil penelitian yang memaparkan adanya korelasi negatif antara pemujaan selebriti dan religiositas. Diantaranya adalah penelitian Sitasari, Margaret, Safitri, & Lisdayanti (2021), penelitian Lestari & Nugrahawati (2022), dan penelitian Maltby, Houran, Lange, Ashe, & McCutcheon (2002). Karena itu, semakin tinggi religiositas maka semakin rendah tingkat pemujaan selebriti pada individu. Hal ini disebabkan karena individu dengan religiositas yang tinggi akan lebih menunjukkan kecintaannya terhadap Tuhannya daripada selebriti. Selain itu, individu dengan religiositas tinggi menunjukkan kepatuhan pada hukum ilahi dan otoritas agama akan cenderung mengabaikan pemujaan terhadap selebriti.

Hasil interkorelasi pada tabel 14 menunjukkan adanya perbedaan korelasi antara masing-masing aspek dari pemujaan selebriti dan religiositas. Berdasarkan tabel hasil uji interkorelasi, korelasi signifikan terkuat adalah aspek tahap batas-patologis dengan aspek keyakinan agama. Diikuti dengan aspek pemujaan selebriti dengan aspek religiositas. Terakhir, aspek tahap batas-patologis dengan pengalaman agama. Hal ini menandakan bahwa aspek religiositas yang paling berperan dalam menurunkan tingkat pemujaan selebriti adalah aspek keyakinan agama dan pengalaman agama.

Berdasarkan hasil tersebut menandakan bahwa religiositas dapat menjadi salah satu solusi dalam menurunkan tingkat pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop. Terutama jika penggemar K-Pop tersebut mampu menjalankan aspek keyakinan agama dan pengalaman agama dalam variabel religiositas. Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian Sitasari, Margaret, Safitri, & Lisdayanti (2021) yang menyatakan bahwa individu yang memiliki religiositas tinggi akan memiliki keyakinan yang kuat tentang agamanya. Artinya, dengan keyakinan agama yang kuat, individu akan memiliki pengetahuan yang mendalam tentang agamanya. Sehingga, individu dengan religiositas tinggi akan mempercayakan semua aspek kehidupannya sesuai dengan ajaran-ajaran agamanya dan tidak tertarik untuk melakukan pengidolaan kepada seorang selebriti. Kemudian penelitian Maltby, Houran, Lange, Ashe, & McCutcheon (2002) yang menjelaskan bahwa pemujaan selebriti menurun seiring dengan meningkatnya religiositas. Individu beragama yang menunjukkan kepatuhan pada hukum ilahi dan otoritas agama cenderung mengabaikan pemujaan terhadap selebriti atau tidak melakukan pemujaan selebriti

dan bahkan menolak kehadiran selebriti meskipun untuk tujuan hiburan (Maltby, Houran, Lange, Ashe, & McCutcheon, 2002).

Selain itu, berdasarkan tabel 14 menunjukkan bahwa aspek praktik agama tidak berkorelasi secara signifikan dengan aspek-aspek pemujaan selebriti. Hal ini berarti bahwa meskipun memiliki praktik agama yang tinggi belum tentu individu memiliki keyakinan agama yang kuat sehingga tidak mendapatkan pengalaman agama yang seharusnya. Oleh karena itu, tidak terlalu memiliki pengaruh dalam menurunkan pemujaan selebriti. Menurut Amir (2021), keyakinan agama harus diwujudkan dalam praktik perilaku keagamaan yang nyata. Individu dapat melaksanakan praktik agama yang sesuai dengan ajaran-ajaran agamanya, tetapi tidak terlalu memiliki keyakinan yang kuat terhadap agamanya yang menjadi pondasi dasar.

Penelitian ini juga melakukan analisis tambahan pada pemujaan selebriti dengan religiositas yang ditinjau dari jenis kelamin. Tabel 15 menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif signifikan antara pemujaan selebriti dengan religiusitas pada perempuan penggemar K-Pop dan adanya korelasi negatif tidak signifikan antara pemujaan selebriti dengan religiositas pada laki-laki penggemar K-Pop, sehingga perempuan penggemar K-Pop memiliki korelasi yang lebih kuat daripada laki-laki penggemar K-Pop.

Selanjutnya dilakukan analisis uji beda terhadap pemujaan selebriti pada laki-laki dan perempuan. Hasil tabel 16 menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan antara pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop laki-laki dan perempuan. Jika dilihat dari perolehan nilai rata-ratanya, laki-laki penggemar K-

Pop mempunyai tingkat pemujaan selebriti yang lebih rendah daripada perempuan penggemar K-Pop. Hal ini selaras dengan studi *literature review* yang dilakukan oleh Brooks (2018) yang memaparkan bahwa laki-laki sedikit lebih mungkin untuk mendukung selebritis. Laki-laki lebih banyak melakukan pemujaan selebriti hanya pada tingkat hiburan-sosial, sementara perempuan berada pada tingkat batas-patologis.

Penelitian ini selanjutnya melakukan analisis tambahan pada pemujaan selebriti dengan religiositas yang ditinjau dari penghasilan atau uang saku bulanan. Hasil tabel 17 menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif yang tidak signifikan antara pemujaan selebriti dengan religiositas dengan penghasilan atau uang saku bulanan. Selanjutnya dilakukan analisis uji beda terhadap pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop dengan penghasilan atau uang saku bulanan yang berbeda. Tabel 18 menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan antara pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop dengan penghasilan atau uang saku bulanan <1.000.000, 1.000.000-3.000.000, dan >3.000.000. Jika dilihat dari perolehan nilai rata-ratanya, penggemar K-Pop dengan penghasilan atau uang saku bulanan >3.000.000 mempunyai tingkat pemujaan selebriti yang lebih tinggi daripada penggemar K-Pop dengan penghasilan atau uang saku bulanan <1.000.000 ataupun 1.000.000-3.000.000. Hal ini selaras dengan studi *literature review* yang dilakukan oleh Brooks (2018) yang memaparkan bahwa nilai-nilai materialistis memiliki korelasi positif dengan pemujaan selebriti, terutama pada tahapan intens-pribadi dan batas-patologis.

Selain itu, penelitian ini juga melakukan analisis tambahan pada pemujaan selebriti dengan religiositas yang ditinjau dari tergabung dalam komunitas penggemar. Hasil tabel 19 menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif yang signifikan antara pemujaan selebriti dengan religiositas pada penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas penggemar dan adanya korelasi negatif yang tidak signifikan antara pemujaan selebriti dengan religiositas pada penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas penggemar. Sehingga penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas penggemar memiliki korelasi yang lebih kuat.

Selanjutnya dilakukan analisis uji beda terhadap pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop yang tergabung dengan komunitas dan yang tidak tergabung dalam komunitas. Tabel 20 menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop yang tergabung dengan komunitas dan yang tidak tergabung dalam komunitas. Jika dilihat dari perolehan nilai rata-ratanya, penggemar K-Pop yang tergabung dengan komunitas mempunyai tingkat pemujaan selebriti yang lebih tinggi daripada penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas. Hal ini selaras dengan penelitian kualitatif yang dilakukan oleh Laksono & Noer (2021) yang mendapatkan hasil bahwa individu dengan pemujaan selebriti yang tinggi tergabung dalam komunitas penggemar tertentu dan bahkan menjadi ketua dari komunitas penggemar tersebut.

Penelitian ini mengkategorisasikan pemujaan selebriti ke dalam lima kategori. Adapun ke lima kategori tersebut ialah kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi. Hasil dari kategorisasi tersebut dapat dilihat pada tabel 8. Data dari tabel 8 menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar K-Pop di

Indonesia memiliki tingkat pemujaan selebriti yang berada pada kategori sedang. Kemudian, peringkat terbesar kedua adalah penggemar K-Pop.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa religiositas dapat memberikan pengaruh dalam menurunkan tingkat pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop, walaupun tidak memiliki pengaruh yang begitu besar. Hal ini dikarenakan korelasi antara kedua variabel tergolong lemah, yaitu hanya memberikan sumbangan efektif sebesar 1.3%, sedangkan masih terdapat 98.7% faktor lain yang dapat mempengaruhi pemujaan selebriti. Walaupun demikian, peningkatan religiositas dapat menjadi salah satu solusi atas tingginya tingkat pemujaan selebriti pada penggemar K-Pop, terutama jika penggemar K-Pop berorientasi pada keyakinan agama.

Secara keseluruhan, penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan dalam proses pelaksanaannya. Peneliti beranggapan bahwa dalam proses penyebaran data tidak merata. Sehingga didapatkan data demografis yang tidak seimbang antara laki-laki dan perempuan, yang mana responden laki-laki hanya sedikit yaitu hanya 12 responden. Selain itu, kekurangan pada penelitian ini juga tidak mempertimbangkan berapa lamanya responden sudah menjadi penggemar K-Pop, asal daerah responden, hubungan dengan orang tua, hubungan dengan teman sebaya, dan hubungan dengan lawan jenis. Hal tersebut dapat membantu agar data yang didapat lebih lengkap.

Selain itu, penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam hal sumber rujukan alat ukur pemujaan selebriti. Alat ukur pemujaan selebriti yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Celebrity Attitude Scale 22 item (short version)* yang mana

jurnal alat ukurnya hanya langsung berupa *blueprint* item-item alat ukur. Sehingga, belum terlalu detail dan jelas mengenai aspek serta cara skoring dari alat ukur tersebut.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif signifikan antara pemujaan selebriti dan religiositas pada penggemar K-Pop dalam masa perkembangan dewasa awal yang bergama Islam. Hasil interkorelasi menunjukkan bahwa aspek religiositas yang paling kuat memberikan peran terhadap pemujaan selebriti adalah aspek keyakinan agama dan pengalaman agama. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat pemujaan selebriti, semakin rendah tingkat religiositas penggemar K-Pop dewasa awal yang beragama Islam. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti juga mengajukan beberapa saran, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penggemar K-Pop Dewasa Awal yang Beragama Islam

Peneliti berharap agar individu penggemar K-Pop dewasa awal yang beragama Islam untuk dapat memahami dan mengembangkan tingkat religiositasnya, terutama berorientasi pada aspek keyakinan agama dan pengalaman agama. Hal ini karena, tingkat pemujaan selebriti yang tinggi pada penggemar K-Pop dewasa awal dapat menghambat tugas perkembangan terutama dalam masalah membangun hubungan romantis dengan lawan jenis, karena lebih fokus pada kehidupan selebriti yang disukai.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti yang hendak meneliti topik serupa diharapkan dapat mengembangkan faktor-faktor lain yang telah terbukti dapat mempengaruhi pemujaan selebriti. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat memperhatikan lagi teknis pengambilan dan persebaran data, sehingga data yang terkumpul dapat tersebar merata dan lebih meluas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Gunawan. (2020). *Sosiologi Agama: Memahami Teori dan Pendekatan*. Aceh: Ar-Raniry Press.
- Amir, Yulamida. (2021). Pengembangan skala religiositas untuk subyek muslim. *Indonesian Journal for The Psychology of Religion*. 47-60. DOI: 10.24854/ijpr403.
- Arugete, Griffith, Edman, Green, & McCutcheon. (2014). Body image and celebrity worship. *Equinox*. 17 (2). 223-234. DOI:10.1558/imre.v17i2.223.
- Ashe & McCutcheon. (2001). Shyness, loneliness, and attitude toward celebrities. *Current research in social psychology*. 6 (9). pp124-1.
- Azzahra, M. S., & Ariana, A. D. (2021). Psychological wellbeing penggemar k-pop dewasa awal yang melakukan celebrity worship. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM)*.1 (1). 137-148.
- Bauto, Laode Monto. (2014). Perspektif agama dan kebudayaan kehidupan masyarakat Indonesia (suatu tinjauan sosiologi agama). *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*. 23 (2). 11-25. DOI:[10.17509/jpis.v23i2.1616](https://doi.org/10.17509/jpis.v23i2.1616)
- Bocarnea, M. C., & Brown, W. J. (2007). *Handbook of research on electronic surveys and measurements*. IGI Global: Idea Group Reference. <https://doi.org/10.4018/978-1-59140-792-8.ch039>
- Brooks, Samantha K. (2018). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*. 40. 864-886. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9978-4>

- Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan*. 2(2): 127–133.
- Cahyani, D., & Purnamasari, Y. (2019). Celebrity worship on early adult k-pop fangirling. *Atlanti Press*. 304. 167-170.
- Cheung, C. K., & Yeu, X. D. (2012). Idol worship as compensation for parental absence. *International Journal of Adolescence and Youth*. 17 (1). 35-46. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/02673843.2011.649399>.
- Dali, Yousafzai, & Hamid. (2019). Religiosity scale development. *Journal of Islamic Marketing*. 10 (1). 227-248. DOI: <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2016-0087>.
- Dewi & Indrawati. (2019). Gambaran celebrity worship pada penggemar k-pop usia dewasa awal di bali. *Jurnal Psikolo Udayana*. 6 (2). 291-300.
- DiDuca, D., & Joseph, S. (2007). The Dimensions of Religiosity Scale: 20-item self-report measure of religious preoccupation, guidance, conviction, and emotional involvement. *Mental Health, Religion & Culture*. 10 (6). 603-608.
- Hermadana. (2020). Keterampilan social dengan pemujaan selebriti pada penggemar k-pop dewasa awal. *Psikoborneo*. 8 (3). 462-471. DOI: 10.30872/psikoborneo.
- Huber, S., & Huber, O. W. (2012). The central of religiosity scale (CRS). *Religions*. 3: 710-724.
- Krauss, Hamzah, Juhari, & Hamid. (2005). The muslim religiosity-personality inventory (mrpi): towards understanding differences in the islamic religiosity among the malaysian youth. *PertanikaJ. Soc. Sci. & Hum*. 13 (2). 173-186.

- Laksono, A. P., dan Noer, A. H. (2021). Idolaku, Sumber *Intimacy*-ku: Dinamika *Celebrity Worship* dan Tugas Perkembangan Dewasa Awal Pecinta Kpop. *Jurnal Psikologi*. 17 (2). 139-156. DOI: <http://dx.doi.org/10.24014/jp.v14i2.12837>
- Lestari, E. V. R., dan Nugrahawati, E. N. (2022). Pengaruh Religiositas terhadap *Celebrity Worship* pada Dewasa Awal Penggemar K-Pop Fandom NCTzen. *Bandung Conference Series : Psychology Science*. 2 (1). 137-146. DOI : <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.778>
- Liu, dan Kei, Jacky Ka. (2013). Idol worship, religiosity, and self-esteem among university and secondary students in Hong Kong. *Outstanding Academic Papers by Students*.
- Mahudin, N. D., Noor, N. M., Dzulkifli, M. A., & Janon, N. S. (2016). Religiosity among muslims: a scale development and validation study. *Makara Human Behavior Studies in Asia*. 20 (2). 109-120. <https://doi.org/10.7454/mssh.v20i2.3492>.
- Maltby, J., & Day, L. (2010). Celebrity worship and incidence of elective cosmetic surgery: evidence of a link among young adults. *Journal of Adolescent Health*. 49. 483-489.
- Maltby, Day, McCutcheon, Gillet, Houran, & Ashe. (2004). Personality and coping: a context for examining celebrity worship and mental health. *British Journal of Psychology*. 95. 411-428.

- Maltby, Day, McCutcheon, Martin, & Cayanus. (2004). Celebrity worship, cognitive flexibility, and social complexity. *Personality and Individual Differences*. 37. 1475-1482.
- Maltby, J., Houran, J., Lange, R., Ashe, D., & McCutcheon, L. E. (2002). Thou shalt worship no other gods —unless they are celebrities: the relationship between celebrity worship and religious orientation. *Personality and Individual Differences*. 32. 1157-1172.
- Maulida, A., Viridanda, W. Y., Nisa, H., & Sari, N. (2021). Tingkat pemujaan selebriti pada komunitas penggemar k-pop di aceh. *Seurune: Jurnal Psikologi Unisyiah*. 4 (1). 48-74.
- McCutcheon, L. E., Day, L., Maltby, J., Houran, J., & Ashe, D. (2005). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. *Personality and Individual Differences*. 40. 273–283.
- McCutcheon, Lange, & Houran. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*. 93. 67-87.
- McCutcheon, L. E., Maltby, J., & Houran, J. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *The Journal of Nervous And Mental Disease*. 191 (1). 25-29.
- Mezura, Sabila. (2019). Hubungan kontrol diri dengan celebrity worship pada dewasa awal penggemar k-pop. Skripsi.
- Mukhlida, Hilma Miladiya Fauza. (2020). Celebrity worship dan orientasi masa depan. Skripsi.

- Musianto, L. S. (2004). Perbedaan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan kualitatif dalam metode penelitian. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. 4(2): pp-123
- Nawardi, L., Sahrani, R., & Basaria, D. (2019). Quality of life of early adults that become celebrity worshipers. *Atlantis Press*. 439. 695-700.
- Putri, D. E., & Rositawati, S. (2020). Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap Perilaku *Compulsive Buying* pada Dewasa Awal Anggota Komunitas Baia Bandung. *Prosiding Psikologi*. 6 (1). 1-6.
- Santrock, J. W. (2010). *Life-span development: 13th edition*. New York: Connect Learn Succeed.
- Sari, S. P., & Rosdiana, A. M. (2022). Moderation of celebrity worship groups in hijab and non-hijab on the impact of celebrity worship on the tendency of muslim dress style. *Journal of Indonesian Psychological Science*. 2 (1). 63-76.
- Shabahang, Besharat, Nikoogoftar, & Sheykhangafshe. (2019). Role of cognitive flexibility and emotional regulation problems in prediction of celebrity worship among university students. *Knowledge & Research in Applied Psychology*. 20 (1). 13-25.
- Siddiqi, Muhammad Yassin Mazhar. (2006). *The Prophet Muhammad: A Role Model for Muslim Minorities*. United Kingdom: The Islamic Foundation Markfield Conference Centre.
- Singh, R.P., & Banerjee, N. (2018). Exploring the influence of celebrity worship on brand attitude, advertisement attitude, and purchase intention. *Journal of*

Promotion Management. 0 (0). 1-27. DOI:
<https://doi.org/10.1080/10496491.2018.1443311>.

Sitasari, N. W., Margaret, Safitri, M., & Lisdayanti, A. (2020). Religiosity and celebrity worship relationship: a study of 2pm boyband fans communities. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*. 24 (1). 3026-3033.

Stever, G. S. (2013). Mediated vs. Parasocial relationships: an attachment perspective. *Journal of Media Psychology*. 17 (3). 1-31.

Stolz, Jorg. (2009). Explaining religiosity: towards a unified theoretical model. *The British Journal of Sociology*. 60 (2). 345-376.

Utami, F. R., Sitasari, N.W., & Rozali. Y. A. (2020). Hubungan kontrol diri dengan celebrity worship pada army bts dewasa awal. *Jurnal Universitas Esa Unggul*. 43-53.

Vally, Z., Moussa, D., Khalil, E., Fahel, A. A., Azri, N. A., & Jafar, N, (2020). Celebrity worship in the united arab emirates: an examination of its association with problematic internet use, maladaptive daydreaming, and desire for fame. *American Psychological Association*. 1-31. DOI: 10.1037/ppm0000276.

Widjaja, A. K., & Ali, M. M. (2015). Gambaran celebrity worship pada dewasa awal di Jakarta. *Humaniora: Binus University*. 6 (1). 21-28.

Xie, Siqin. (2021). The relationship between peer influence and teenagers' celebrity worship phenomenon. *Frontiers in Educational Research*. 4 (12). 88-96. DOI: 10.25236/FER.2021.041219.

Zsila, McCutcheon, & Demetrovics. (2018). The association of celebrity worship with problematic Internet use, maladaptive daydreaming, and desire for fame. *Journal of Behavioral Addictions*. 7(3). 654–664. DOI: 10.1556/2006.7.2018.76.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1***BLUEPRINT* SKALA PEMUJAAAN SELEBRITI DAN RELIGIOSITAS**

A. *Blueprint skala pemujaan selebriti*

THE CELEBRITY ATTITUDE SCALE

The purpose of this survey is to identify your views about famous persons. The responses you give are confidential. There are no right or wrong answers, so please answer as openly and thoughtfully as you can. For purposes of the survey we are defining the term "celebrity" as a famous living person (or one who died during your lifetime) that you greatly admire.

Who is your favorite celebrity? _____ (Please choose one famous person, as defined above).

Just in case your favorite celebrity is unknown to us, please circle one or more of the following to describe why your favorite celebrity is famous: Acting Author Medicine Music News Politics Religion Royalty Radio or TV Talk Show Science Sports Other (please describe) _____

Please use the following scale in response to the items below.

5 = Strongly Agree; 4 = Agree; 3= Uncertain or neutral; 2 = Disagree; 1 = Strongly Disagree

1	If I were to meet my favorite celebrity in person, he/she would already somehow know that I am his/her biggest fan.	1	2	3	4	5
2	One of the main reasons I maintain an interest in my favorite celebrity is that doing so gives me a temporary escape from life's problems.	1	2	3	4	5
3	I share with my favorite celebrity a special bond that cannot be described in words.	1	2	3	4	5
4	When something bad happens to my favorite celebrity I feel like it happened to me.	1	2	3	4	5
5	When my favorite celebrity fails or loses at something I feel like a failure myself.	1	2	3	4	5
6	The successes of my favorite celebrity are my successes also.	1	2	3	4	5
7	I consider my favorite celebrity to be my soul mate.	1	2	3	4	5
8	When my favorite celebrity dies (or died) I will feel (or I felt) like dying too.	1	2	3	4	5
9	If someone gave me several thousand dollars to do with as I please, I would consider spending it on a personal possession (like a napkin or paper plate) once used by my favorite celebrity.	1	2	3	4	5
10	When something good happens to my favorite celebrity I feel like it happened to me.	1	2	3	4	5
11	I am obsessed by details of my favorite celebrity's life.	1	2	3	4	5
12	I have pictures and/or souvenirs of my favorite celebrity, which I always keep, in exactly the same place.	1	2	3	4	5
13	I love to talk with others who admire my favorite celebrity.	1	2	3	4	5
14	Keeping up with news about my favorite celebrity is an entertaining pastime.	1	2	3	4	5
15	It is enjoyable just to be with others who like my favorite celebrity.	1	2	3	4	5
16	I enjoy watching, reading, or listening to my favorite celebrity because it means a good time.	1	2	3	4	5

- | | | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|---|
| 17 | Learning the life story of my favorite celebrity is a lot of fun. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18 | I like watching and hearing about my favorite celebrity when I am in a large group of people. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19 | My friends and I like to discuss what my favorite celebrity has done. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20 | If I was lucky enough to meet my favorite celebrity, and he/she asked me to do something illegal as a favor, I would probably do it. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21 | I have frequent thoughts about my favorite celebrity, even when I don't want to. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22 | I often feel compelled to learn the personal habits of my favorite celebrity. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

B. *Blueprint* skala religiositas

Skala Religiositas Muslim

Bacalah pertanyaan dan pernyataan berikut ini, dan jawablah berdasarkan pengalaman dan keadaan diri saudara yang sebenarnya. Berilah tanda (X) pada kolom jawaban.

No	Pertanyaan/Pernyataan	Jawaban			
		Sangat percaya	Percaya	Kurang percaya	Tidak percaya
1	Saya percaya pada kekuasaan Tuhan.	Sangat percaya	Percaya	Kurang percaya	Tidak percaya
2	Saya yakin bahwa Tuhan mengutus Nabi untuk menyampaikan ajaran agama saya.	Sangat yakin	Yakin	Kurang Yakin	Tidak Yakin
3	Saya percaya pada kehidupan setelah mati.	Sangat percaya	Percaya	Kurang percaya	Tidak percaya
4	Seberapa yakin anda terhadap agama anda?	Sangat yakin	Yakin	Kurang Yakin	Tidak Yakin
5	Seberapa sering anda melaksanakan sholat lima waktu?	Selalu	Sering	Kadang-kadang	Jarang/hampir tidak pernah
6	Seberapa sering anda berdoa (memohon) kepada Tuhan?	Sering	Kadang-kadang	Jarang	Tidak pernah
7	Seberapa sering anda berpuasa di bulan ramadhan?	Selalu	Sering	Kadang-kadang	Jarang/hampir tidak pernah
8	Seberapa sering anda melaksanakan ibadah secara berjamaah di Mesjid?	Sering	Kadang-kadang	Jarang	Tidak pernah
9	Seberapa sering anda membaca/ mendengar program /ceramah tentang agama anda?	Sering	Kadang-kadang	Jarang	Tidak pernah
10	Saya merasakan kehadiran Tuhan.	Sering	Kadang-kadang	Jarang	Tidak pernah
11	Saya membutuhkan dukungan, arahan dan kekuatan dari Tuhan.	Sering	Kadang-kadang	Jarang	Tidak pernah
12	Keyakinan kepada Tuhan membantu saya	Sering	Kadang-kadang	Jarang	Tidak pernah

	memahami tujuan hidup saya.				
13	Keyakinan kepada Tuhan membantu saya memaknai berbagai hal yang saya alami.	Sering	Kadang-kadang	Jarang	Tidak pernah

Pedoman penilaian skala (Skoring)

Skala ini terdiri dari 4 kriteria jawaban dengan nilai 4 pada jawaban kolom kiri, berturut-turut makin ke kanan 3,2,1, seperti berikut:

No	Pertanyaan/Pernyataan	Jawaban			
		4	3	2	1

LAMPIRAN 2***GOOGLE FORM* SKALA PENELITIAN SKRIPSI**



Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.
Perkenalkan Saya Ayudini Arsyilia Mirodzi Mahasiswi S1 Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosia Budaya, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir berupa skripsi di bawah bimbingan dosen Fitri Ayu Kusumaningrum, S.Psi., M.A. Dengan segala kerendahan hati, saya bermaksud memohon kesediaan Saudara/i karena Allah Ta'ala semata-mata agar berkenan untuk menjadi narasumber, sumber informasi terpercaya dengan menjawab serangkaian pertanyaan yang didesain untuk menjawab tujuan penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dinamika kehidupan penggemar selebriti K-Pop di Indonesia yang sedang dalam tahapan perkembangan dewasa awal.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1. Penggemar K-Pop.**
- 2. Memiliki setidaknya satu idola Korea.**
- 3. Berusia sekitar 18-25 tahun.**
- 4. Beragama Islam.**
- 5. Berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.**

Apabila Saudara/i memenuhi kriteria tersebut dan bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, maka Saudara/i diminta untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan apa adanya. Sebelum mulai mengisi kuesioner ini, mohon Saudara/i untuk membaca dan memahami pernyataan ataupun pertanyaan dengan seksama. Saudara/i akan menghabiskan kurang lebih 10 sampai 15 menit untuk mengisi kuesioner. Seluruh informasi yang tercantum bersifat anonim dan terjaga kerahasiannya secara ketat.

Sebagai tanda terima kasih, peneliti akan memberikan hadiah berupa pulsa/*ShopeePay* bagi partisipan yang terpilih secara acak yang akan dikirimkan melalui nomor telepon yang Saudara/i cantumkan.

Apabila Saudara/i memiliki pertanyaan lebih lanjut terkait penelitian ini, Saudara/i dapat menghubungi saya melalui:

E-mail: 19320100@students.uii.ac.id
Whatsapp: wa.me/6285793685980

Terima kasih atas perhatian dan partisipasi Saudara/i dalam penelitian ini. Semoga Allah membalas kebaikan Saudara/i sekalian.
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat Peneliti,
Ayudini Arsyilia Mirodzi

Dosen Pembimbing,
Fitri Ayu Kusumaningrum, S.Psi., M.A

19320100@students.uii.ac.id [Switch account](#)

✉ Not shared



* Indicates required question


Setelah memahami petunjuk di atas, *
 Saya menyatakan dengan sukarela dan penuh kesadaran bahwa Saya mengisi kuesioner ini dengan informasi yang Saya berikan sesuai dengan keadaan yang sebenar-benarnya.

Ya, saya bersedia

Tidak, saya tidak bersedia

Next Clear form

Never submit passwords through Google Forms.
 This form was created inside of education. [Report Abuse](#)

Google Forms 

IDENTITAS DIRI

Nama (boleh inisial) *
 Your answer _____

Umur (dalam tahun) *

18

19

20

21

22

23

24

25

Jenis Kelamin *

Perempuan

Laki-Laki

Penghasilan atau uang saku bulanan *
 < 1.000.000

1.000.000 - 3.000.000

> 3.000.000

Apakah Anda tergabung dalam komunitas/grup fans K-Pop tertentu? (Contoh: EXO-L Sleman) *

Ya

Tidak

Sebutkan nama idola K-Pop favorit Anda! *

Your answer _____

Sebutkan kegiatan yang menunjukkan dukungan Anda kepada idola Anda! *

Your answer _____

Dalam kurun waktu 3 bulan, berapa kali *
 Anda membeli merchandise atau barang-barang yang berhubungan dengan K-Pop, misalnya album, photocard, dan barang lainnya baik official maupun unofficial? (Contoh: 5 kali)

Your answer _____

No. Handphone (untuk keperluan reward)

Your answer _____

Back Next Clear form

SKALA PENELITIAN 1

Petunjuk pengisian:

Pada bagian ini, ada beberapa pernyataan yang perlu dijawab sesuai dengan keadaan yang sebenar-benarnya. Pada setiap pernyataan akan diberikan 5 alternatif pilihan jawaban, yaitu

- 1= Sangat Tidak Setuju
- 2= Tidak Setuju
- 3= Netral atau Ragu-Ragu
- 4= Setuju
- 5= Sangat Setuju

Bacalah dengan cermat pernyataan-pernyataan yang ada, kemudian pilihlah 1 dari 5 jawaban yang sesuai dengan diri anda. **Tidak ada jawaban yang akan dianggap salah, semua jawaban adalah benar.** Semakin mendekati angka 5 semakin menunjukkan kesesuaian dengan diri anda. Semakin mendekati angka 1 semakin menunjukkan ketidaksesuaian dengan diri anda.

Jika saya bertemu dengan selebriti favorit saya secara langsung, dia pasti sudah tahu bahwa saya adalah penggemar beratnya. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Salah satu alasan utama saya mempertahankan minat pada selebriti favorit saya adalah, karena hal itu memberi saya pelarian sementara dari masalah kehidupan. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya berbagi ikatan spesial kepada selebriti favorit saya, yang tidak dapat dideskripsikan dengan kata-kata. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Ketika sesuatu yang buruk terjadi pada selebriti favorit saya, saya merasa hal itu terjadi pada diri saya. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Ketika selebriti favorit saya gagal atau kalah dalam suatu hal, saya merasa gagal juga. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Ketika selebriti favorit saya gagal atau kalah dalam suatu hal, saya merasa gagal juga. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Kesuksesan selebriti favorit saya adalah kesuksesan saya juga. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya menganggap selebriti favorit saya sebagai belahan jiwa saya. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Ketika selebriti favorit saya meninggal saya akan merasa seperti mati juga. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Jika seseorang memberi saya beberapa juta rupiah untuk saya gunakan sesuka hati, saya akan mempertimbangkan untuk membelanjakannya untuk barang pribadi (seperti serbet atau piring kertas) yang pernah digunakan oleh selebriti favorit saya. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Ketika sesuatu yang baik terjadi pada selebriti favorit saya, saya merasa hal itu terjadi pada diri saya. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya memiliki foto dan/atau cinderamata selebriti favorit saya, yang selalu saya simpan di tempat yang sama. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya senang berbicara dengan orang lain yang mengagumi selebriti favorit saya. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Mengikuti berita tentang selebriti favorit saya adalah hobi yang menghibur. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sungguh menyenangkan bisa bersama dengan orang lain yang menyukai selebriti favorit saya. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya senang menonton, membaca, atau mendengarkan selebriti favorit saya karena itu berarti waktu yang menyenangkan. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Mempelajari kisah hidup selebriti favorit saya sangatlah menyenangkan. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya suka menonton dan mendengar tentang selebriti favorit saya ketika berada di tengah-tengah kerumunan orang. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya dan teman-teman saya suka mendiskusikan apa yang telah dilakukan oleh selebriti favorit saya. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Jika saya cukup beruntung untuk bertemu dengan selebriti favorit saya, dan dia meminta saya untuk melakukan sesuatu yang ilegal (melawan hukum) sebagai bantuan, saya mungkin akan melakukannya. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya sering berpikir tentang selebriti favorit saya, bahkan ketika saya tidak menginginkannya. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Saya sering merasa terdorong untuk mempelajari kebiasaan pribadi selebriti favorit saya. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Back

Next

Clear form

SKALA PENELITIAN 2

Petunjuk pengisian:

Pada bagian ini, ada beberapa pernyataan dan pertanyaan yang perlu dijawab sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. **Pada setiap pernyataan dan pertanyaan akan diberikan 4 alternatif pilihan jawaban yang berbeda-beda setiap pernyataan atau pertanyaannya.**

Bacalah dengan cermat pernyataan dan pertanyaan yang ada, kemudian pilihlah 1 dari 4 jawaban yang sesuai dengan diri anda. **Tidak ada jawaban yang akan dianggap salah, semua jawaban adalah benar.**

Saya percaya pada kekuasaan Tuhan. *

- Sangat Percaya
- Percaya
- Kurang Percaya
- Tidak Percaya

Saya yakin bahwa Tuhan mengutus Nabi untuk menyampaikan ajaran agama saya. *

- Sangat Yakin
- Yakin
- Kurang Yakin
- Tidak Yakin

Saya percaya pada kehidupan setelah mati. *

- Sangat Percaya
- Percaya
- Kurang Percaya
- Tidak Percaya

Seberapa yakin Anda terhadap agama anda? *

- Sangat Yakin
- Yakin
- Kurang Yakin
- Tidak Yakin

Seberapa sering Anda melaksanakan sholat lima waktu? *

- Selalu
- Sering
- Kadang-Kadang
- Jarang/Hampir Tidak Pernah

Seberapa sering Anda berdoa (memohon) kepada Tuhan? *

- Sering
- Kadang-Kadang
- Jarang
- Tidak Pernah

Seberapa sering Anda berpuasa di bulan ramadhan? *

- Selalu
- Sering
- Kadang-Kadang
- Jarang/ Hampir Tidak Pernah

Seberapa sering Anda melaksanakan ibadah secara berjamaah di Mesjid? *

- Sering
- Kadang-Kadang
- Jarang
- Tidak Pernah

Seberapa sering Anda membaca/mendengar program/ceramah tentang agama anda? *

- Sering
- Kadang-Kadang
- Jarang
- Tidak Pernah

Saya merasakan kehadiran Tuhan. *

- Sering
- Kadang-Kadang
- Jarang
- Tidak Pernah

Saya membutuhkan dukungan, arahan dan kekuatan dari Tuhan. *

- Sering
- Kadang-Kadang
- Jarang
- Tidak Pernah

Keyakinan kepada Tuhan membantu saya memahami tujuan hidup saya. *

- Sering
- Kadang-Kadang
- Jarang
- Tidak Pernah

Keyakinan kepada Tuhan membantu saya memaknai berbagai hal yang saya alami. *

- Sering
- Kadang-Kadang
- Jarang
- Tidak Pernah

Back

Next

Clear form

TERIMA KASIH

Alhamdulillah Saudara/i sudah selesai mengisi kuesioner ini. Akhir kata, saya ucapkan terima kasih atas bantuan, kerjasama, dan kesediaan Saudara/i dalam meluangkan waktu untuk membaca dan mengisi kuesioner ini. Partisipasi Saudara/i dengan mengisi kuesioner ini akan membantu proses penyelesaian tugas akhir saya. Semoga Allah membalas kebaikan Saudara/i sekalian, Aamiin.

[Back](#)[Submit](#)[Clear form](#)

Never submit passwords through Google Forms.

This form was created inside of education. [Report Abuse](#)

Google Forms



LAMPIRAN 3
TABULASI DATA

A. Tabulasi Data Pemujaan Selebriti

Su b- jek	Aitem																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1.	5	5	5	3	2	2	2	1	2	4	1	4	5	5	5	5	5	5	5	1	4	5
2.	4	5	5	3	3	5	5	2	4	3	1	5	5	5	5	3	3	2	1	3	4	
3.	4	4	3	4	4	4	2	3	2	3	1	4	5	4	5	4	4	4	3	1	3	3
4.	3	5	4	4	5	5	2	1	4	3	3	5	5	5	5	4	4	5	1	3	4	
5.	3	5	4	3	3	3	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	
6.	5	4	5	4	4	4	4	3	2	5	4	3	5	5	5	3	5	3	3	1	3	3
7.	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	4	5	4	4	3	3	4	2	4	3
8.	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	1	4	4	
9.	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	1	5	4	3	4	5	4	3	3	2	3	3
10.	2	5	2	3	4	4	2	1	3	4	2	4	4	5	5	5	3	1	2	1	3	3
11.	3	5	5	4	3	3	3	3	2	3	2	5	5	5	4	4	4	4	4	2	4	3
12.	4	5	5	5	5	4	4	4	2	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	1	5	4
13.	3	5	3	3	2	4	3	2	2	3	2	4	5	5	5	4	5	3	5	4	3	
14.	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	1	4	4
15.	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	
16.	2	2	3	3	3	5	3	1	1	3	1	4	4	4	4	4	4	3	3	1	3	2
17.	4	5	5	4	2	4	4	1	3	3	1	5	5	5	5	4	5	4	1	4	4	
18.	1	4	2	3	1	5	4	3	4	1	2	5	5	5	5	5	4	3	1	3	5	
19.	3	3	5	5	5	4	2	2	2	4	4	3	5	5	5	4	5	5	1	2	4	
20.	4	5	2	5	5	5	2	2	4	5	3	5	4	4	4	5	4	3	5	1	3	3

21.	3	5	1	4	4	4	2	1	3	3	2	4	4	4	4	5	3	2	3	1	2	2
22.	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23.	2	4	3	3	5	3	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	2	2	3
24.	1	2	3	1	1	3	1	1	1	1	2	1	5	5	5	5	5	3	3	1	1	1
25.	5	5	5	4	4	5	4	1	2	4	4	4	3	4	3	5	4	3	3	1	4	4
26.	3	4	2	2	2	3	2	2	2	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	1	2	3
27.	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3
28.	2	5	4	4	2	5	3	4	1	5	1	5	5	5	5	4	3	4	4	1	5	3
29.	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
30.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
31.	3	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	2
32.	3	4	5	5	2	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	3	4	3	5	2
33.	3	4	3	4	4	5	4	5	5	4	2	5	4	5	4	5	4	3	3	1	5	4
34.	4	4	5	3	2	5	4	3	2	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	3
35.	2	3	3	5	5	5	2	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
36.	2	4	2	4	4	4	2	4	1	3	2	2	4	4	5	4	4	2	4	1	4	3
37.	5	5	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	1	5	5
38.	2	4	3	1	1	2	1	1	1	2	1	1	4	4	4	3	3	2	4	1	1	1
39.	2	5	4	4	4	4	3	2	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3
40.	1	2	2	1	1	1	2	1	2	3	1	3	4	3	3	3	3	3	2	1	1	1
41.	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	1	2	4
42.	3	5	2	1	1	2	1	1	1	1	1	3	3	3	3	4	3	2	2	1	1	1
43.	2	1	2	2	2	2	4	1	4	3	1	5	5	5	5	5	5	4	5	1	3	2

44.	3	4	4	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	1	3	3
45.	5	5	4	3	4	5	3	3	3	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	1	3	2
46.	1	5	4	3	3	4	4	1	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3	1	4	4
47.	2	4	3	1	1	4	1	5	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48.	1	4	2	2	2	4	5	2	1	4	3	1	5	5	4	4	3	3	4	1	4	4
49.	1	3	1	4	4	4	2	4	3	4	1	1	5	3	4	3	3	3	4	1	2	3
50.	5	5	5	1	2	5	3	5	1	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	1	5	3
51.	4	5	4	4	3	3	3	4	1	4	4	2	2	4	4	4	5	3	3	2	3	3
52.	2	4	3	3	2	2	4	4	5	4	3	2	5	4	4	5	3	2	3	2	2	3
53.	3	4	5	3	3	4	2	1	2	3	2	4	5	4	5	4	4	4	3	1	3	3
54.	2	5	4	5	5	2	2	2	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	2	4	2
55.	1	5	3	4	3	4	1	1	1	3	1	1	5	4	5	5	4	5	5	1	2	3
56.	3	3	1	1	2	3	1	1	3	2	1	4	4	4	4	4	4	2	1	2	2	2
57.	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	5	5
58.	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	1	4	4	4
59.	3	5	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	3	3	4	4
60.	3	4	4	4	3	5	3	4	3	4	3	4	5	4	5	5	4	5	3	2	4	4
61.	3	5	4	3	3	4	5	3	4	3	1	4	5	4	5	5	4	4	3	2	3	3
62.	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	1	5	5	5	5	5	4	4	5	1	3	3
63.	5	3	4	3	3	4	4	2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5
64.	3	5	4	3	2	3	2	1	1	5	1	1	5	5	5	5	5	5	2	3	3	3
65.	3	5	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	1	4	4
66.	1	5	3	1	1	5	2	1	1	5	3	3	4	2	2	2	2	4	4	4	4	3

67.	2	5	5	5	5	5	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
68.	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	4
69.	4	4	5	2	1	4	2	1	4	4	1	4	4	3	5	5	4	4	4	1	4	3
70.	3	5	3	4	3	4	3	3	3	5	3	5	5	5	5	4	4	3	5	2	4	5
71.	3	5	3	4	3	3	3	3	2	4	1	3	4	4	4	4	4	3	2	1	3	3
72.	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	2	5	4	4	5	5	5	5	5	2	3	3
73.	4	4	4	4	3	2	2	3	4	5	2	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	3
74.	5	2	5	3	3	5	3	3	3	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
75.	3	3	5	5	5	4	2	3	4	5	1	5	5	5	5	5	4	4	4	1	3	3
76.	3	4	4	3	3	4	2	2	1	4	3	5	4	5	5	5	4	2	4	1	4	2
77.	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	1	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3
78.	4	5	5	5	4	3	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	1	4	5
79.	2	5	4	3	3	4	3	2	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	2	3	4
80.	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	2	2	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4
81.	1	5	5	4	4	5	4	3	3	4	3	3	5	5	5	5	5	4	5	1	4	4
82.	4	5	4	3	3	3	1	1	1	2	1	4	5	5	5	5	4	3	4	1	1	3
83.	2	4	4	2	4	4	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	4	3	4	1	3	4
84.	5	3	5	2	4	5	2	3	1	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	5
85.	5	5	5	4	5	5	2	2	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	4
86.	2	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	2	3	3
87.	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88.	2	4	3	4	3	3	1	3	2	5	2	4	5	5	5	4	4	3	2	1	2	2
89.	4	4	4	3	3	5	2	1	1	4	1	4	5	5	5	5	5	3	5	1	3	3

90.	3	3	3	3	2	2	1	1	2	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	1	3	2
91.	3	5	4	3	2	5	2	2	4	5	1	5	4	5	4	5	5	3	4	1	3	4
92.	3	4	3	3	3	3	2	3	2	4	1	4	5	5	5	5	5	5	4	1	4	4
93.	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	1	3	3
94.	3	2	4	3	2	3	2	3	2	4	1	4	5	4	5	4	4	3	4	1	3	2
95.	2	5	3	4	2	4	4	4	1	5	1	1	5	4	2	3	2	5	2	1	5	4
96.	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
97.	4	5	3	5	3	5	1	4	1	5	1	5	5	5	5	5	3	1	4	1	3	5
98.	2	4	4	4	3	2	4	4	2	3	1	5	4	4	4	4	3	3	3	1	4	4
99.	3	5	4	2	3	4	1	1	1	3	1	5	4	4	4	4	3	1	4	1	2	4
100.	5	4	4	3	4	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3
101.	3	5	3	2	3	4	3	3	2	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	2	2	3
102.	2	4	3	3	2	2	1	1	2	3	3	3	5	4	5	4	4	4	5	1	3	2
103.	2	5	5	4	3	5	4	3	2	5	2	4	4	4	5	5	5	5	4	2	3	4
104.	3	5	5	3	4	3	4	3	2	4	3	5	5	5	5	5	4	4	3	2	4	4
105.	2	4	5	4	2	4	4	4	2	4	2	2	5	5	5	5	4	2	4	1	4	3
106.	3	4	3	3	4	3	2	3	2	5	2	2	4	4	5	5	4	5	2	2	3	3
107.	4	5	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	5	5	5	5	3	5	4	1	3	3
108.	4	5	3	2	1	3	2	2	2	3	1	5	4	4	5	5	3	4	4	2	3	1
109.	3	5	5	4	3	5	5	5	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	1	3	3
110.	5	5	1	3	5	1	3	1	1	3	1	4	5	5	5	4	4	4	3	1	2	3
111.	1	1	5	1	3	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	4	5	5	1	1	5
112.	3	5	2	2	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	2	3

113.	5	5	4	3	3	4	4	2	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5
114.	3	5	4	3	2	5	3	1	5	3	3	1	4	4	5	5	4	5	5	1	3	4
115.	3	4	4	3	3	4	3	2	2	4	2	5	5	3	5	5	3	4	4	2	3	3
116.	4	4	5	4	3	4	3	1	3	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	1	3	4
117.	3	4	4	3	2	3	2	3	1	3	1	4	4	4	4	4	4	2	4	1	2	2
118.	3	5	4	4	4	5	2	3	1	4	1	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	2
119.	4	5	5	4	3	4	4	2	2	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5	1	3	4
120.	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	1	3	3
121.	1	3	1	2	2	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	1	5	2
122.	1	1	2	3	3	2	2	4	4	2	5	3	1	1	2	1	3	2	2	5	3	3
123.	4	2	3	1	3	3	2	1	3	3	2	4	5	5	5	5	3	4	3	1	3	3
124.	4	4	4	3	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2
125.	3	5	4	4	3	3	3	5	3	5	2	5	5	5	5	5	4	4	4	1	3	4
126.	4	4	5	4	3	4	3	3	2	4	1	4	5	5	5	5	5	4	5	1	3	4
127.	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	2	2	5	5	5	5	4	4	3	1	4	4
128.	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	5	4	5	4	4	4	4	2	4	3
129.	1	5	5	3	4	4	1	2	4	5	1	4	5	5	5	4	3	2	4	1	4	3
130.	3	5	2	2	3	3	1	2	1	3	1	2	5	5	5	5	3	5	3	1	3	4
131.	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	1	3	3
132.	3	4	2	4	4	3	2	3	4	4	2	2	5	4	5	5	3	4	2	2	3	2
133.	4	3	5	5	2	5	5	3	2	4	2	5	5	5	4	5	3	5	5	1	4	2
134.	2	5	5	3	3	5	2	4	1	4	1	1	5	4	5	5	3	1	5	1	3	4
135.	1	5	4	3	3	3	4	4	3	4	3	5	3	4	4	5	5	3	3	2	4	4

136.	4	5	4	3	2	3	2	1	1	4	1	4	4	5	5	4	3	2	3	1	2	2
137.	4	5	4	4	4	5	3	3	1	4	1	4	5	5	5	5	4	5	4	1	3	2
138.	3	5	5	4	4	4	3	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	3	4	1	3	5
139.	2	4	5	4	3	4	2	2	2	4	2	2	5	4	4	4	5	2	4	2	2	2
140.	1	3	3	2	2	2	2	2	4	2	1	4	3	4	5	4	2	4	3	2	3	2
141.	2	1	3	3	3	2	3	3	5	5	4	3	1	1	1	1	2	1	2	5	3	2
142.	3	4	3	3	4	2	1	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	4	4	1	4	3
143.	3	5	2	4	3	5	1	3	1	5	1	5	4	5	5	5	4	1	3	1	2	5
144.	3	4	5	4	3	3	4	3	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	2	1	2	3
145.	5	5	3	4	4	4	2	4	3	5	3	5	5	5	5	5	5	1	4	3	4	5
146.	4	5	2	3	2	2	3	2	2	4	2	3	5	5	5	5	3	3	5	1	3	4
147.	3	5	4	2	2	5	3	3	3	4	1	3	3	5	5	5	4	4	3	1	2	2
148.	3	5	5	3	3	5	5	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	1	3	3
149.	3	2	2	2	3	2	1	1	2	2	1	3	3	4	4	3	3	2	3	1	2	2
150.	3	4	4	4	4	5	4	5	2	4	1	4	5	5	5	5	5	3	5	1	5	4
151.	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
152.	5	1	5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	3
153.	2	5	4	2	4	4	2	2	3	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	2	4	4
154.	3	3	2	3	3	3	4	5	4	3	4	2	1	1	2	2	2	2	3	5	4	3
155.	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4
156.	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4
157.	4	4	5	3	1	3	2	2	3	4	1	5	4	4	5	4	4	5	4	1	4	3
158.	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4

159.	4	5	3	5	5	5	4	2	1	4	1	5	5	5	5	5	4	5	5	1	5	3
160.	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
161.	3	4	3	4	3	4	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4
162.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	3	5	3
163.	3	5	3	3	4	4	3	4	3	4	2	2	5	5	5	5	3	4	4	2	3	3
164.	5	5	3	4	3	3	4	3	2	4	1	3	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3
165.	2	5	3	5	5	5	3	3	2	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
166.	3	4	4	2	2	2	2	1	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	2
167.	4	3	4	3	4	3	2	2	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	2	4	4
168.	1	2	3	1	2	2	1	1	1	4	1	4	4	4	4	5	4	4	3	1	2	1
169.	2	4	4	4	2	3	4	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	4	4
170.	4	4	5	4	3	4	2	2	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	2
171.	3	5	3	2	1	3	2	1	2	3	2	3	5	4	5	4	3	3	4	1	1	3
172.	4	4	4	4	4	3	5	2	2	5	3	4	5	5	5	5	5	3	4	1	4	4
173.	3	4	2	3	4	3	2	4	2	4	1	4	4	4	4	4	4	2	4	1	2	2
174.	3	1	4	4	4	4	4	1	1	1	1	3	5	5	5	5	5	3	3	1	1	1
175.	1	2	5	1	1	1	1	2	1	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	1	3	2
176.	3	4	5	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3
177.	3	4	4	3	2	3	2	2	2	4	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
178.	2	5	5	3	2	3	4	5	3	3	2	5	5	4	5	4	5	5	3	2	3	5
179.	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	1	3	3
180.	2	4	5	3	1	3	4	2	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	1	3	3
181.	4	5	4	3	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	1	4	3

182.	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	1	4	4	5	4	5	4	4	4	1	4	3
183.	1	5	5	5	3	3	3	2	2	2	1	5	5	5	5	5	5	5	4	1	2	2
184.	3	5	4	4	4	4	2	2	2	4	2	4	5	4	5	4	3	4	4	2	3	3
185.	4	5	4	4	3	3	2	3	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	1	4	4
186.	3	5	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	5	5	5	4	4	4	1	3	2
187.	2	4	1	3	3	3	2	3	2	3	1	4	4	4	4	4	3	3	4	1	2	2
188.	4	5	5	3	3	4	3	2	3	4	3	4	5	5	5	5	5	3	4	1	3	4
189.	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4
190.	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	5	5	4	4	2	3	3
191.	5	1	4	2	2	1	5	3	1	5	2	5	1	5	1	5	4	5	3	4	5	4
192.	4	5	5	3	4	4	2	3	3	5	2	5	4	5	4	4	3	5	3	1	3	4
193.	4	5	3	2	2	2	1	4	1	4	1	5	5	4	5	5	4	3	4	1	2	2
194.	5	4	3	3	3	4	2	2	2	3	2	1	3	5	4	5	3	3	2	1	2	2
195.	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	1	3	3
196.	5	1	2	4	1	3	5	1	1	5	1	5	4	3	4	4	4	4	4	1	3	4
197.	3	5	4	3	4	4	3	4	2	5	2	5	5	5	5	5	4	4	3	1	3	3
198.	3	5	4	3	4	5	4	5	3	3	2	3	4	3	4	5	3	4	4	1	4	3
199.	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	3	3	4
200.	4	3	2	3	2	2	3	2	2	3	1	3	4	4	4	4	4	4	3	1	2	2
201.	2	4	4	2	3	4	2	2	2	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3
202.	3	1	1	4	4	4	1	1	1	4	4	3	5	4	5	5	4	3	4	1	3	4
203.	1	3	3	3	3	1	2	1	1	4	4	2	4	2	4	4	2	2	2	2	3	3
204.	5	5	4	4	2	1	3	4	4	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	1	4	4

205.	3	1	1	1	1	3	1	3	1	3	1	3	3	3	3	3	1	3	2	1	1	1
206.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
207.	3	5	3	1	1	3	5	3	2	3	3	5	5	5	5	3	2	3	3	1	2	1
208.	2	5	1	2	3	4	1	1	1	4	1	4	4	4	4	4	3	3	3	1	2	1
209.	5	3	3	3	4	3	3	5	3	5	1	4	5	5	5	5	3	5	5	1	2	2
210.	3	5	5	4	1	4	5	3	1	4	1	5	5	2	5	5	4	5	5	1	2	3
211.	3	5	4	3	3	3	2	3	1	3	1	1	4	5	5	5	3	3	4	1	2	2
212.	3	4	3	1	1	3	2	1	1	4	1	4	4	4	4	4	4	3	3	1	3	4
213.	3	5	4	4	4	2	3	1	2	4	2	5	5	5	5	5	4	5	5	1	4	4
214.	4	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5
215.	3	5	3	2	3	5	5	2	5	3	3	5	3	5	3	5	5	5	3	1	3	3
216.	4	5	4	2	1	1	1	2	3	2	1	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2	5
217.	5	4	3	4	3	2	2	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3
218.	3	4	3	2	3	3	3	3	5	2	2	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	3
219.	3	4	3	2	3	3	2	2	2	4	1	1	4	4	4	4	4	4	3	1	1	1
220.	2	5	3	2	2	3	3	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
221.	2	4	2	2	3	2	1	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	2	3	1	3	3
222.	2	3	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	1	3	3
223.	2	5	4	3	3	2	3	1	1	4	1	4	4	4	4	4	4	2	3	1	2	3
224.	2	5	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3	4	4	4	4	3	3	3	1	2	2
225.	4	4	3	3	3	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	4	1	2	3
226.	1	5	4	1	1	3	1	1	5	4	1	5	2	1	3	5	3	3	5	1	2	3
227.	3	4	4	3	2	2	2	2	2	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	1	3	3

228.	2	4	4	2	2	2	1	1	1	4	2	4	4	4	4	4	3	2	3	1	2	2
229.	3	4	2	2	1	1	2	3	2	3	1	2	5	5	5	5	3	4	3	1	1	2
230.	5	5	5	2	3	3	3	1	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	5
231.	3	5	4	3	3	3	3	5	5	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	1	4	3
232.	2	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4
233.	2	5	4	2	3	5	4	1	5	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1
234.	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	3	2	3	3	2	2	1	2	2
235.	3	4	2	1	1	1	3	1	1	3	2	5	4	4	3	5	4	5	5	1	3	2
236.	4	5	3	2	2	2	1	4	3	5	3	2	5	5	5	5	4	3	5	1	2	1
237.	1	4	4	3	1	4	3	1	3	2	1	4	5	5	4	4	4	3	4	1	3	3
238.	3	2	2	3	2	3	2	2	2	4	3	4	4	4	3	3	3	2	4	1	3	4
239.	2	5	5	3	3	3	4	3	3	4	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
240.	1	5	4	2	2	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	1	4	4
241.	3	5	3	3	3	4	3	3	3	3	1	4	5	5	5	5	4	4	4	1	4	4
242.	2	5	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	5	5	5	4	4	4	4	2	3	4
243.	3	1	5	4	5	4	5	5	4	5	2	5	5	5	5	5	4	4	4	1	3	2
244.	1	3	3	4	4	2	1	4	1	4	2	5	5	5	4	5	5	3	3	1	3	2
245.	3	5	3	2	2	1	4	3	1	2	3	5	4	4	3	5	5	2	2	3	4	4
246.	5	5	5	3	2	4	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	1	4	4
247.	4	5	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	3	3	4
248.	3	4	4	3	2	4	3	4	2	5	2	5	5	4	5	4	3	2	5	1	3	4
249.	2	5	4	3	3	3	2	3	2	4	1	5	4	4	4	4	3	2	3	1	3	2
250.	2	5	1	1	1	1	1	1	1	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	1	5	2

251.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
252.	2	5	3	2	3	2	1	3	2	4	1	4	4	3	4	4	3	4	2	1	1	1	1
253.	3	5	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	4	4
254.	2	4	2	3	4	4	2	1	2	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4	1	2	1	1
255.	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	2	1	4	4	4
256.	3	5	3	4	4	4	4	4	5	4	1	4	5	5	5	5	5	4	4	2	3	4	4
257.	1	5	4	2	2	3	2	1	1	3	1	1	4	4	4	4	4	2	4	1	2	2	2

B. Tabulasi Data Religiositas

Subjek	Aitem												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1.	4	4	4	4	2	4	4	2	3	4	4	4	4
2.	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
3.	3	3	3	2	2	4	4	2	3	2	3	3	3
4.	3	4	4	3	2	2	4	1	1	3	4	3	3
5.	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6.	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
7.	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4
8.	3	3	3	3	2	3	4	1	1	3	3	3	3
9.	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
10.	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3
11.	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	4
12.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4

13.	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
14.	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
15.	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
16.	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4
17.	4	4	4	4	3	3	3	2	2	4	4	3	4
18.	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
19.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20.	4	4	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3
21.	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	4
22.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23.	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4
24.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
25.	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
26.	4	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	4
27.	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4
28.	4	4	3	3	4	3	4	2	2	4	4	4	4
29.	4	4	3	4	2	4	4	2	3	4	4	4	4
30.	3	3	3	3	1	3	4	2	1	3	3	3	3
31.	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
32.	3	3	4	3	1	3	2	2	1	3	4	3	3
33.	3	4	3	3	2	3	4	2	1	3	4	3	4
34.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
35.	4	4	1	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4

36.	4	4	2	4	3	3	4	2	2	4	4	3	4
37.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
38.	4	4	1	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
39.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
40.	4	4	4	4	3	3	4	2	2	4	3	4	4
41.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
42.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
43.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
44.	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
45.	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4
46.	4	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	4
47.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
48.	4	4	4	3	4	4	4	2	2	3	4	3	4
49.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
50.	4	4	4	3	1	2	3	3	3	4	3	3	3
51.	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
52.	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	4
53.	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
54.	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
55.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
56.	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
57.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
58.	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4

59.	3	3	2	3	1	3	2	1	3	3	4	3	4
60.	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
61.	4	4	4	4	2	4	4	2	2	3	4	4	4
62.	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
63.	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
64.	4	4	4	4	3	3	4	2	2	3	4	3	4
65.	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4
66.	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4
67.	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4
68.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69.	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4
70.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
71.	4	3	3	4	2	4	4	2	2	3	4	4	4
72.	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
73.	4	4	4	4	3	4	4	2	2	3	4	4	4
74.	4	4	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
75.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
76.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
77.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
78.	4	4	4	4	2	3	4	2	2	4	4	4	4
79.	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
80.	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4
81.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4

82.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
83.	4	4	4	4	3	4	4	2	2	3	3	3	3
84.	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4
85.	4	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4
86.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
87.	3	3	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
88.	4	4	4	4	2	3	4	3	2	4	4	3	4
89.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
90.	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
91.	4	3	4	4	3	4	1	1	4	4	4	4	4
92.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
93.	4	4	4	4	2	3	4	3	2	4	4	4	4
94.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
95.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
96.	4	3	3	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4
97.	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
98.	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4
99.	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
100.	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4
101.	4	4	3	3	2	3	4	1	3	4	4	4	4
102.	4	4	3	3	2	3	4	2	3	4	4	3	3
103.	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
104.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4

105.	4	3	4	4	3	4	4	2	2	3	3	3	4
106.	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
107.	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4
108.	4	4	4	4	2	3	2	2	2	3	4	3	4
109.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
110.	4	4	4	4	2	3	4	3	2	4	4	4	4
111.	4	4	4	4	1	3	1	1	3	3	4	4	4
112.	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4
113.	4	4	4	4	2	3	4	1	2	2	4	3	3
114.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
115.	4	4	3	4	3	4	4	2	2	4	4	3	4
116.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
117.	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
118.	4	4	2	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4
119.	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4
120.	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
121.	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4
122.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
123.	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4
124.	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
125.	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
126.	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4
127.	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4

128.	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
129.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
130.	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	4	4
131.	4	4	4	4	3	3	4	2	2	4	4	4	4
132.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
133.	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4
134.	4	4	4	4	1	4	4	2	1	4	4	4	4
135.	4	4	4	3	4	3	4	1	2	3	3	2	2
136.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
137.	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4
138.	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4
139.	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4
140.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
141.	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
142.	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
143.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
144.	4	4	3	4	2	4	4	2	3	3	3	3	3
145.	4	4	3	4	3	4	3	2	3	2	4	4	4
146.	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
147.	4	4	4	4	2	3	4	2	2	4	4	4	4
148.	4	4	4	4	3	4	4	1	2	4	4	4	4
149.	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	3	3
150.	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4

151.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
152.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
153.	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	4
154.	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4
155.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
156.	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4
157.	4	4	2	4	2	4	4	2	2	3	4	3	4
158.	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4
159.	4	4	2	4	3	4	4	2	2	4	4	4	4
160.	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	3
161.	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4
162.	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
163.	3	3	3	4	1	2	3	2	1	3	4	3	3
164.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
165.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
166.	4	4	4	3	2	4	4	2	3	4	4	4	4
167.	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
168.	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
169.	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
170.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
171.	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
172.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4
173.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4

174.	4	4	4	3	3	3	3	1	3	3	4	4	4
175.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
176.	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
177.	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
178.	3	4	4	4	1	4	4	2	3	4	4	4	4
179.	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
180.	4	4	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4
181.	4	4	4	4	2	4	4	1	3	4	4	4	4
182.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
183.	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4
184.	4	3	3	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4
185.	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	4	4	4
186.	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4
187.	4	4	3	4	3	4	4	2	2	4	4	4	4
188.	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
189.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
190.	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
191.	4	4	4	4	2	4	4	2	3	4	4	4	4
192.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
193.	4	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	4
194.	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4
195.	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4
196.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4

197.	4	4	3	4	3	3	4	2	2	4	4	4	4
198.	4	4	3	4	2	4	4	2	3	4	4	3	4
199.	4	4	3	3	3	4	4	2	2	3	4	3	3
200.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
201.	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3
202.	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4
203.	4	3	3	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4
204.	4	4	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	3
205.	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
206.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
207.	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4
208.	4	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4
209.	4	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	4
210.	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4
211.	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
212.	4	4	2	4	2	4	4	3	3	4	3	3	3
213.	4	4	3	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4
214.	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4
215.	4	4	2	4	2	3	4	2	3	4	4	4	4
216.	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
217.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
218.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
219.	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4

220.	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
221.	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	4
222.	4	4	1	4	4	3	4	2	2	3	4	4	4
223.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
224.	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
225.	4	4	2	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
226.	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4
227.	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
228.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
229.	4	4	4	4	3	3	4	2	2	3	4	4	4
230.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
231.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
232.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
233.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
234.	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
235.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
236.	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
237.	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4
238.	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
239.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
240.	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4
241.	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
242.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4

243.	4	4	4	4	2	4	4	2	2	3	4	3	3
244.	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4
245.	4	4	4	4	4	2	4	2	3	3	4	3	3
246.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
247.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
248.	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
249.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
250.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4
251.	3	4	2	3	4	4	4	2	3	3	3	3	4
252.	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4
253.	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4
254.	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
255.	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
256.	4	4	4	4	2	4	3	3	2	4	4	4	4
257.	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4

LAMPIRAN 4
HASIL UJI ASUMSI

a. Uji Normalitas

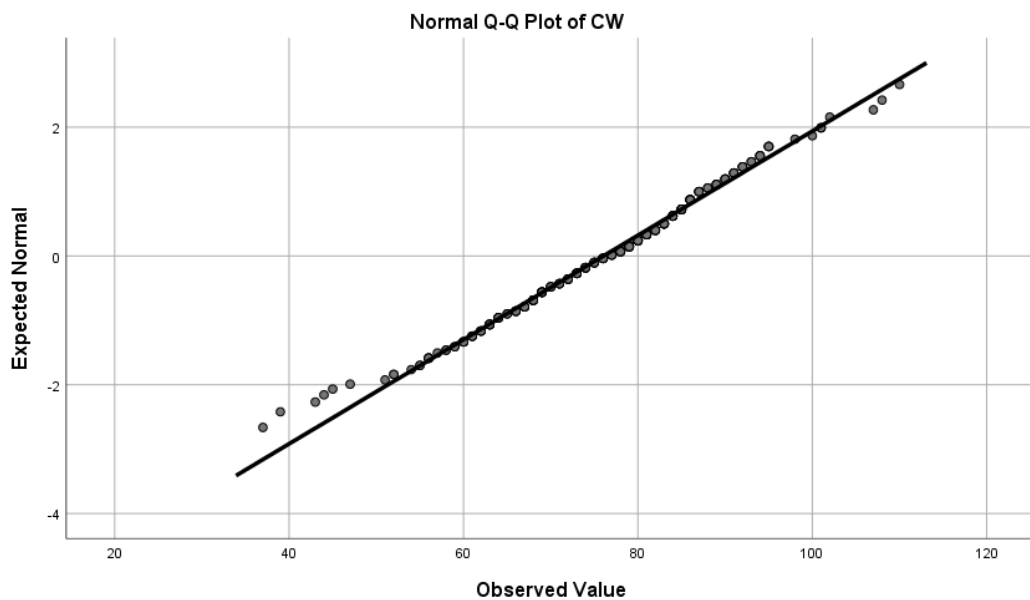
Variable Pemujaan Selebriti

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
CW	.054	257	.071	.992	257	.170

a. Lilliefors Significance Correction

Q-Q Plots



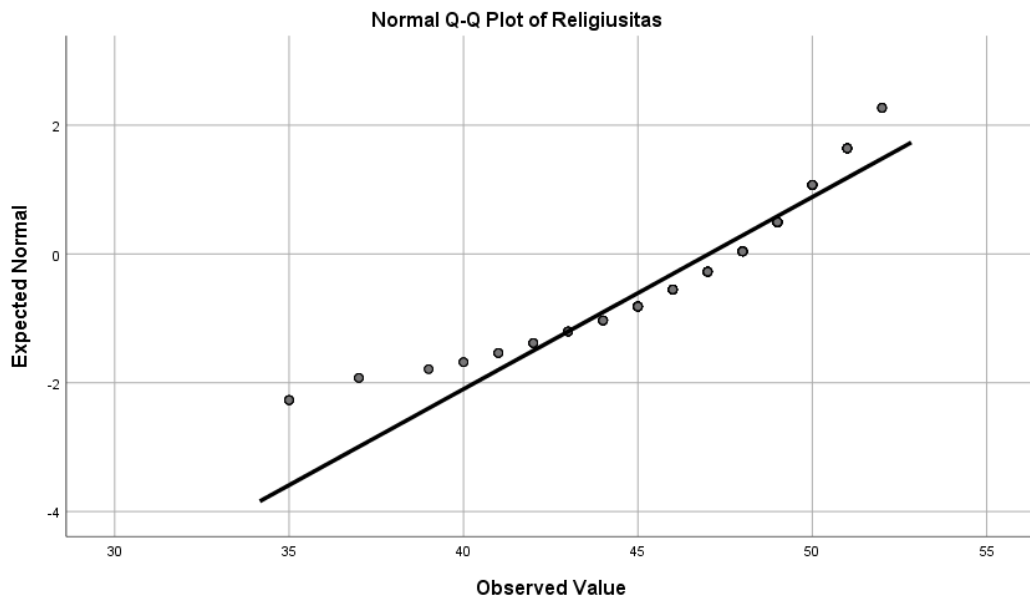
Variabel Religiositas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Religiositas	.066	257	.057	.874	257	.540

a. Lilliefors Significance Correction

Q-Q Plots



b. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
CW * Religiusitas	Between Groups	(Combined)	2424.008	15	161.601	1.063	.392
		Linearity	539.187	1	539.187	3.546	.061
		Deviation from Linearity	1884.820	14	134.630	.885	.575
	Within Groups	36643.432	241	152.047			
	Total	39067.440	256				

LAMPIRAN 5
HASIL UJI HJIPOTESIS

Correlations

		CW	Religiositas
CW	Pearson Correlation	1	-.117*
	Sig. (1-tailed)		.030
	N	257	257
Religiositas	Pearson Correlation	-.117*	1
	Sig. (1-tailed)	.030	
	N	257	257

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

LAMPIRAN 6
HASIL UJI ANALISIS TAMBAHAN

A. Uji Interkorelasi Aspek-Aspek Pemujaan Selebriti dengan Religiositas

Correlations

		Celebrity Worship	Tahap Hiburan Sosial	Tahap Intens- Personal	Tahap Batas- Patologi s	Religio sitas	Keyakin an Agama	Praktik Agama	Pengala man Agama
Celebrity Worship	Pearson Correlation	1	.859**	.910**	.679**	-.117*	-.193**	-.046	-.074
	Sig. (1- tailed)		.000	.000	.000	.030	.001	.231	.120
	N	257	257	257	257	257	257	257	257
Tahap Hiburan Sosial	Pearson Correlation	.859**	1	.607**	.364**	-.111*	-.116*	-.102	-.026
	Sig. (1- tailed)	.000		.000	.000	.038	.031	.051	.337
	N	257	257	257	257	257	257	257	257
Tahap Intens- Personal	Pearson Correlation	.910**	.607**	1	.625**	-.081	-.182**	.011	-.080
	Sig. (1- tailed)	.000	.000		.000	.099	.002	.430	.099
	N	257	257	257	257	257	257	257	257
Tahap Batas- Patologis	Pearson Correlation	.679**	.364**	.625**	1	-.121*	-.241**	-.007	-.110*
	Sig. (1- tailed)	.000	.000	.000		.026	.000	.458	.039
	N	257	257	257	257	257	257	257	257
Religiositas	Pearson Correlation	-.117*	-.111*	-.081	-.121*	1	.624**	.870**	.759**
	Sig. (1- tailed)	.030	.038	.099	.026		.000	.000	.000
	N	257	257	257	257	257	257	257	257
Keyakinan Agama	Pearson Correlation	-.193**	-.116*	-.182**	-.241**	.624**	1	.266**	.374**
	Sig. (1- tailed)	.001	.031	.002	.000	.000		.000	.000
	N	257	257	257	257	257	257	257	257
Praktik Agama	Pearson Correlation	-.046	-.102	.011	-.007	.870**	.266**	1	.487**
	Sig. (1- tailed)	.231	.051	.430	.458	.000	.000		.000

	N	257	257	257	257	257	257	257	257
Pengalaman Agama	Pearson Correlation	-.074	-.026	-.080	-.110*	.759**	.374**	.487**	1
	Sig. (1-tailed)	.120	.337	.099	.039	.000	.000	.000	
	N	257	257	257	257	257	257	257	257

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Uji Korelasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Correlations

		Celebrity Worship Perempuan	Religiositas Perempuan
Celebrity Worship Perempuan	Pearson Correlation	1	-.135*
	Sig. (1-tailed)		.018
	N	245	245
Religiositas Perempuan	Pearson Correlation	-.135*	1
	Sig. (1-tailed)	.018	
	N	245	245

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Correlations

		Celebrity Worship Laki- Laki	Religiositas Laki-Laki
Celebrity Worship Laki-Laki	Pearson Correlation	1	-.219
	Sig. (1-tailed)		.247
	N	12	12
Religiositas Laki-Laki	Pearson Correlation	-.219	1
	Sig. (1-tailed)	.247	
	N	12	12

Uji Beda Pemujaan Selebriti ditinjau dari Jenis Kelamin

Group Statistics

	Kelompok	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Total skor CW	Laki-Laki	12	67.1667	13.25164	3.82542
	Perempuan	245	76.4816	12.17077	.77756

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Total skor CW	Equal variances assumed	.008	.928	-2.57	255	.010	9.3149	3.61278	16.42966	2.20028
	Equal variances not assumed			-2.38	11.927	.034	9.3149	3.90364	17.82607	-.80386

Uji Korelasi Berdasarkan Penghasilan atau Uang Saku Bulanan

< 1.000.000

Correlations

		Celebrity Woship	Religiositas
Celebrity Woship	Pearson Correlation	1	-.107
	Sig. (1-tailed)		.121
	N	121	121
Religiositas	Pearson Correlation	-.107	1
	Sig. (1-tailed)	.121	
	N	121	121

1.000.000 – 3.000.000

Correlations

		Celebrity Worship	Religiositas
Celebrity Worship	Pearson Correlation	1	-.115
	Sig. (1-tailed)		.103
	N	123	123
Religiositas	Pearson Correlation	-.115	1
	Sig. (1-tailed)	.103	
	N	123	123

> 3.000.000

Correlations

		Celebrity Worship	Religiositas
Celebrity Worship	Pearson Correlation	1	-.255
	Sig. (1-tailed)		.200
	N	13	13
Religiositas	Pearson Correlation	-.255	1
	Sig. (1-tailed)	.200	
	N	13	13

Uji Beda Pemujaan Selebriti ditinjau dari Penghasilan atau Uang Saku Bulanan

Descriptives

Total Skor CW

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
<1 Juta	121	76.87	11.838	1.076	74.74	79.00	37	107
1-3 Juta	123	74.50	12.171	1.097	72.32	76.67	43	102
>3 Juta	13	83.08	16.225	4.500	73.27	92.88	56	110
Total	257	76.05	12.353	.771	74.53	77.56	37	110

ANOVA

Total Skor CW

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1019.884	2	509.942	3.404	.035
Within Groups	38047.555	254	149.794		
Total	39067.440	256			

Uji Korelasi Berdasarkan Tergabung dalam Komunitas

Tergabung dalam komunitas

Correlations

		Celebrity Worship	Religiositas
Celebrity Worship	Pearson Correlation	1	-.144*
	Sig. (1-tailed)		.049
	N	133	133
Religiositas	Pearson Correlation	-.144*	1

Sig. (1-tailed)	.049	
N	133	133

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Tidak tergabung dalam komunitas

Correlations

		Celebrity Worship	Religiositas
Celebrity Worship	Pearson Correlation	1	-.092
	Sig. (1-tailed)		.155
	N	124	124
Religiositas	Pearson Correlation	-.092	1
	Sig. (1-tailed)	.155	
	N	124	124

Uji Beda Pemujaan Selebriti ditinjau dari Tergabung dalam Komunitas

Group Statistics

	Kelompok	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Total Skor CW	Ya	133	79.15	12.030	1.043
	Tidak	124	72.72	11.863	1.065

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Differen ce	Std. Error Differen ce	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Total Skor CW	Equal variances assumed	.284	.595	4.312	255	.000	6.433	1.492	3.495	9.370
	Equal variances not assumed			4.314	254.1	.000	6.433	1.491	3.496	9.369

LAMPIRAN 7
TAUTAN/*LINK* DATA KASAR

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1-vcnWv30lBLI5KT7jrrG-0xUJy7hEz1hBqfQ2doTffM/edit?usp=sharing>