

BAB V

PENUTUP

5.1. Bahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menggunakan korelasi non-parametrik *Kendall's Tau-B* yang menunjukkan hasil bahwa tidak ada hubungan antara *celebrity worship* dengan *body image* pada *emerging adulthood* penggemar *K-Pop*. Pada uji hipotesis didapatkan *correlation coefficient* -0,062 ($p>0,05$) dan signifikansi sebesar 0,180 ($p>0,05$). Sehingga hipotesis tidak terbukti yaitu tidak ada hubungan antara *celebrity worship* dengan *body image* pada *emerging adulthood* penggemar *K-Pop*. Karena tidak adanya hubungan negatif yang signifikan maka tidak bisa menentukan tingginya *celebrity worship* dan *body image* yang dimiliki oleh individu apakah rendah, sedang atau tinggi. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.6. yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki *celebrity worship* yang *high-level* dan *body image* yang rendah dan sedang sama-sama memiliki frekuensi sebanyak 42 responden (18,2%), mayoritas responden selanjutnya memiliki *celebrity worship* yang *general* dan *body image* yang rendah sebanyak 35 responden (15,2%). Pada *celebrity worship* memiliki 2 kategorisasi atau level, yaitu *general* dan *high-level*. Pada level *general*, ini termasuk pada *celebrity worship* yang tidak berdampak patologis cenderung berhubungan positif sebagai hiburan, dan tidak mengarahkan pada obsesi yang negatif. Sedangkan, pada level *high-level*, ini termasuk pada *celebrity worship* yang mengarah pada perilaku beresiko secara patologis, tidak sehat, dan cenderung terkait dengan masalah kesehatan mental (Zsila et al., 2024).

Banyaknya responden yang berada pada *celebrity admiration* atau *celebrity worship* pada tingkat *high-level* namun memiliki *body image* yang berada pada tingkat rendah dan sedang dengan frekuensi responden yang setara dapat disebabkan karena salah satu dimensi yaitu *entertainment social* yang menjadikan penggemar hanya menikmati *celebrity admiration* atau *celebrity worship* sebagai hiburan saja. Berbeda dengan *celebrity worship* pada tingkat *high-level* dan diikuti oleh *body image* yang cenderung sangat rendah atau rendah

yang dapat dikatikan dengan peningkatan risiko psikopatologi yang melaporkan banyak gejala penggunaan internet yang bermasalah, depresi, kecemasan, dan stres (Mccutcheon et al., 2002). Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan mayoritas responden yang mengisi kuesioner berada pada usia 20 hingga 22 tahun yang tentunya masih pada fase peralihan fase remaja yang baru saja dan masih dilalui hingga pada nantinya memasuki fase dewasa. Hal ini dikarenakan pada usia 20 hingga 22 tahun ini individu masih mudah sekali terpengaruhi oleh lingkungan yang dapat memengaruhi pula *body image* dirinya. Pada usia ini pula individu sudah mulai memasuki tahap memasuki kemandirian dengan memasuki fase bekerja yang berbeda dengan fase remaja yang cenderung masih bergantung dengan orang tua, hal ini berkaitan dengan loyalitas dari penggemar *K-Pop* yang diekspresikan dengan membeli berbagai hal yang berkaitan dengan *idol K-Pop*, seperti album, *photocard*, tiket konser, *lightstick*, dan *merchandise* lainnya (Sofwan & Sumaryanti, 2020). Pada fase *emerging adulthood* ini khususnya pada usia 20 hingga 22 tahun, identitas diri yang sudah mulai terbentuk pada fase remaja akan dilanjutkan pada fase *emerging adulthood* hingga terbentuknya identitas diri yang akan bergulat dengan kehidupan dewasa individu hingga sepanjang rentang kehidupannya (Arnett, 2004).

Body image yang rendah pada kedua tingkat mayoritas responden tersebut dapat disebabkan karena paparan terhadap *Korean beauty standard* tersebut yang dapat memunculkan ketidakpuasan terhadap penampilan tubuh dirinya yang mengarahkan pada rendahnya *body image* tanpa bergantung pada seberapa tingginya intensitas *celebrity worship* yang dilakukan. Secara umum, beberapa standar yang diikuti oleh penggemar *K-Pop* seperti *Korean beauty standard* yang ditunjukkan oleh para *idol K-Pop* yaitu memiliki tubuh yang tinggi dan ramping, memiliki kulit yang putih, wajah yang tirus dan hidung yang mancung, serta memiliki kulit yang sehat dan mulus (Tresna et al., 2021). Namun, seiring berjalannya waktu terdapat gagasan yang kerap kali ditampilkan oleh beberapa aktivis, organisasi atau bahkan selebritas mengenai *body positivity* yang berakar dari pemikiran feminis berkulit hitam dan aktivis hak-hak perempuan.

Body positivity merupakan gerakan dan konsep sosial untuk dapat menerima tubuh terlepas dari penampilan atau fungsi, melawan standar kecantikan yang sempit seperti berkulit putih dan bertubuh kurus sehingga mendorong penerimaan diri dalam memandang, menilai, dan memperlakukan tubuh diluar dari standar kecantikan yang berkembang (Griffin et al., 2022). Pada *body positivity* ini juga menyampaikan bahwa persepsi terhadap diri sendiri tidak hanya dapat dilihat melalui penampilan saja, namun juga dapat melalui aspek non-fisik seperti kepribadian dan kemampuan yang dimiliki. Hal tersebut berkaitan dengan paparan media atau *media exposure* yang diterima oleh *emerging adulthood* penggemar *K-Pop* terhadap *idol K-Pop*, dimana media berperan penting terhadap individu dalam memandang tubuhnya. Menurut Jiménez-García et al., (2025) jika paparan media dapat mempengaruhi pandangan individu secara negatif melalui standar kecantikan yang tidak realistik, maka sebaliknya paparan media juga dapat mempengaruhi pandangan individu secara positif melalui konten-konten yang dapat mendukung individu untuk menghargai bentuk, warna, dan ukuran tubuh dengan cara meningkatkan kesehatan dan menantang standar kecantikan yang tidak realistik. Hal tersebut dapat didukung oleh selebritas atau *idol K-Pop* ataupun *influencer* media sosial yang dapat menggunakan konten untuk mempromosikan dan menormalisasikan keragaman bentuk, warna, ukuran tubuh, dan meningkatkan persepsi positif mengenai tubuh.

Dalam industri *K-Pop* sudah bukan rahasia lagi terhadap hal negatif seperti *unrealistic expectations* dan *toxic beauty standards* yang berlaku. Seperti salah satu *idol K-Pop* yaitu Hwasa yang berasal dari *girl group* Mamamoo yang menerima komentar mengenai tubuhnya yang memiliki kulit *tan* dan bentuk tubuh yang “*curvy*” dan tidak jarang diminta untuk melakukan diet agar dapat sesuai dengan *Korean beauty standard*. Namun, Hwasa tetap mempertahankan warna kulit dan bentuk tubuhnya serta menjadikan itu kekuatan dan membuat dirinya menjadi salah satu ikon *body positivity* dan *skin tone acceptance* di dunia *K-Pop*, Hwasa juga menyampaikan pesan positif yaitu “*If I don't fit the standard, I will create my own standard*” (Shen, 2023). Sehingga, dengan adanya *idol K-Pop* yang juga menyebarkan *body positivity* ini yang tentunya juga tersebar melalui media,

diharapkan dapat memberikan pandangan yang positif pula bagi penggemar K-Pop khususnya *emerging adulthood* yang sedang dalam proses pencarian identitas diri dan konsep diri dalam kehidupannya, salah satunya terhadap *body image* dirinya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tresna et al., (2021) dimana adanya *celebrity worship* pada penggemar *K-Pop* mereka akan mengimplementasikan *celebrity worship* secara positif sebagai media hiburan dan sebagai motivasi untuk menyayangi diri dengan cara meningkatkan penampilan melalui perawatan diri secara sehat yang tidak hanya meniru standar kecantikan idol yang disukainya dengan perbandingan negatif. Berdasarkan jawaban dari pertanyaan terbuka pada responden, beberapa dampak yang dirasakan ketika menjadi penggemar *K-Pop*, yaitu terdapat responden yang merasakan hidupnya lebih berwarna dan menjadi termotivasi untuk menjadi diri yang lebih baik, namun ada juga responden yang menyampaikan bahwa dirinya menjadi lebih memperhatikan diri mulai dari merawat diri hingga berpenampilan. Selain itu, terdapat beberapa pandangan responden mengenai penampilannya dengan penampilan *idol K-Pop* yang disukai, seperti ada responden yang mengatakan bahwa penampilan *idol K-Pop* sangat sempurna sehingga terkadang hal tersebut menjadi tolak ukur dirinya sebagai standar kecantikan, serta membuat dirinya merasa memiliki penampilan fisik yang buruk. Namun, tentunya ada pula responden yang mengatakan bahwa penampilan fisik yang ditampilkan *idol K-Pop* dijadikan sebagai motivasi untuk memperhatikan tubuhnya agar memiliki tubuh yang sehat dan ideal.

Berdasarkan beberapa jawaban terbuka dari responden tersebut menunjukkan bahwa paparan mengenai *Korean beauty standard* yang ditampilkan *idol K-Pop* akan membuat beberapa individu merasa penampilan fisik yang dimilikinya buruk, namun tidak menutup kemungkinan terdapat individu yang merasa bahwa standar yang ditampilkan justru memberikan motivasi bagi dirinya. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa *celebrity worship* tidak dapat menentukan bagaimana *emerging adulthood* penggemar *K-Pop* memandang tubuhnya dengan *body image* yang positif atau dengan *body image* yang negatif. Terdapat

penelitian-penelitian sebelumnya yang juga menunjukkan tidak adanya hubungan antara *celebrity worship* dan *body image*, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Tresna et al., (2021) menunjukkan bahwa tidak adanya korelasi yang signifikan disebabkan karena penggemaran yang dilakukan tidak berlebihan, tidak menunjukkan perilaku patologis, karakteristik dari penggemar *K-Pop* yang berbeda-beda, dan dimensi *entertainment social* yang membuat para penggemar *K-Pop* hanya melakukan *celebrity admiration* atau *celebrity worship* sebagai media hiburan saja.

Terdapat beberapa keterbatasan pada penelitian ini, seperti pada salah ukur *body image* yang dibuat oleh peneliti pada aspek *appearance orientation* hanya terwakilkan oleh satu dari enam *item*, yang kemungkinan dapat dikarenakan karena *item* lainnya kurang mencerminkan relevansi terhadap pengertian dari aspek tersebut ataupun juga dapat dikarenakan *item* yang sulit ditafsirkan oleh responden dalam menjawab. Tidak adanya hubungan antara *celebrity worship* dan *body image* ini dapat dipengaruhi oleh intensitas paparan yang pada tiap responden yang berbeda-beda serta keterbatasan data yang tidak sepenuhnya merepresentasikan kondisi *emerging adulthood* penggemar *K-Pop* di Indonesia sehingga diharapkan dapat memperluas data dengan mengumpulkan responden yang lebih banyak agar dapat mencerminkan keragaman sosial budaya *emerging adulthood* dalam memaknai standar kecantikan atau *Korean beauty standard*, dimana memungkinkan perbedaan sosial dan budaya mempengaruhi cara pandang terhadap tubuhnya. Selain itu, tidak adanya hubungan pada penelitian ini dapat dikarenakan kemungkinan adanya faktor atau variabel moderasi yang dapat mempengaruhi penelitian. Beberapa variabel moderasi yang dapat dipertimbangkan sebagai mediator, seperti *self-esteem* yang tinggi pada individu mungkin saja membuat penggemar *K-Pop* tidak terlalu terpengaruh oleh standar kecantikan yang tidak realistik, serta variabel dukungan sosial, tingkat kecemasan juga dapat mempengaruhi hubungan antara *celebrity worship* dan *body image*. Selain itu, faktor-faktor lain seperti perbedaan usia ataupun jenis kelamin yang juga dapat mempengaruhi bagaimana individu khususnya penggemar *K-Pop* dalam menginternalisasi *celebrity worship* terhadap *body image* dirinya.

5.2. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan hubungan antara *celebrity worship* dengan *body image* pada *emerging adulthood* penggemar *K-Pop*, dengan nilai *correlation coefficient* -0,062 ($p>0,05$) dan signifikansi sebesar 0,180 ($p>0,05$). Sehingga hipotesis tidak terbukti yaitu tidak ada hubungan antara *celebrity worship* dengan *body image* pada *emerging adulthood* penggemar *K-Pop*, hal ini menjelaskan *celebrity worship* yang tinggi tidak dapat menentukan *body image* individu.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti ajukan sebagai berikut:

a. Bagi *emerging adulthood* penggemar *K-Pop*

Disarankan *emerging adulthood* penggemar *K-Pop* dapat menginternalisasi standar kecantikan yang ditampilkan *idol K-Pop* dengan lebih bijak dan mengembangkan *body positivity* sehingga di tahap menuju pendewasaan dapat lebih mencintai diri sendiri. Meskipun *celebrity worship* tidak selalu berhubungan signifikan dengan *body image*, namun paparan terhadap *Korean beauty standard* yang tidak realistik masih dapat menimbulkan ketidakpuasan terhadap tubuh. sehingga *Emerging adulthood* penggemar *K-Pop* dapat menjadikan *idol* sebagai sumber motivasi dan inspirasi, serta bukan menjadikan sebagai standar yang harus dipenuhi.

b. Bagi orang tua

Orang tua diharapkan dapat menjalin komunikasi, memberikan pengawasan serta mengarahkan bentuk kekaguman atau *celebrity worship* anak khususnya pada fase *emerging adulthood* sebagai salah satu proses pencarian identitas dan memandang *idol K-Pop* sebagai sumber inspirasi tanpa harus membandingkan penampiliannya dengan *idol K-Pop* yang disukainya.

c. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan dapat menyebarkan penelitian lebih luas sehingga mendapatkan data yang lebih beragam, baik dari segi latar belakang sosial budaya, serta tingkat intensitas paparan penggemar terhadap *idol K-Pop*. Selain itu, disarankan juga dapat mengeksplorasi faktor lain ataupun variabel moderator lain sehingga dapat memberikan data yang lebih dalam mengenai *celebrity worship* dan *body image*.