

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Celebrity Worship* kepada Selebgram

1. Definisi *Celebrity Worship*

American Heritage Dictionary mendefinisikan *worship* sebagai rasa cinta dan pengabdian yang mendalam yang diberikan kepada Tuhan, idola, atau benda sakral. Cheung dan Yue mendefinisikan idola sebagai orang yang bertalenta, berprestasi, memiliki status, atau penampilan fisik yang diakui dan dihargai oleh penggemarnya. Selebriti merupakan bagian dari idola karena idola didefinisikan dengan rentang yang lebih luas yang mencakup tokoh dalam sejarah, orangtua, teman, selebriti atau tokoh-tokoh terkemuka (Liu, 2013).

Boorstin dalam Roberts (2007) mendefinisikan selebriti sebagai seseorang yang terkenal melalui statusnya dalam berbagai bidang, termasuk olahraga, hiburan, kedokteran, sains, politik, agama, atau bidangnya lain yang dekat dengan selebriti. Selebriti ini biasanya dicintai karena memiliki karisma, penampilan fisik, kekayaan, prestasi pribadi, dan pengaruh sosial, sehingga dari beberapa penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa selebriti merupakan bagian dari idola.

Menurut Raviv (1996) pengidolaan atau *worship* merupakan salah satu dimensi pengidolaan selain *modeling*. Pengidolaan merupakan bentuk kekaguman dan penghormatan dengan intensitas yang tidak biasa terhadap selebriti idola. Semakin tinggi tingkat pengidolaan seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatannya dengan seorang idola atau yang biasa

disebut dengan *celebrity involvement*, Tingkatan ini sering juga disebut sebagai tingkatan pengidolaan terhadap selebriti atau *Celebrity Worship*. *Celebrity Worship* merupakan bagian dari *idol worship* dan merupakan bentuk pengidolaan yang berlebihan kepada seseorang yang dianggap ideal, namun *Celebrity Worship* lebih menekankan pengidolaan terhadap selebriti atau orang-orang yang terkenal dan mendapat perhatian dari publik dan media (Yue & Cheung dalam Liu, 2013).

Celebrity Worship digambarkan sebagai hubungan parasosial, yaitu hubungan bersifat satu arah yang diimajinasikan oleh penggemar kepada sosok yang diidolakan (Dita & Bagus, 2012). *Celebrity Worship* diartikan sebagai representasi perilaku buruk yang diakibatkan oleh kegagalan usaha dalam mengatasi tekanan kehidupan sehari-hari. Beberapa peneliti mengatakan *Celebrity Worship* berkaitan dengan rasa malu dan kesepian dari penggemar (Sheridan, North, Maltby & Gillet, 2007)

Menurut Maltby, pengidolaan terhadap selebriti merupakan bagian yang normal dari pengembangan identitas diri pada masa anak-anak dan remaja. Namun hal ini menjadi tidak normal ketika individu dengan identitas utuh diasumsikan hampir terobsesi dengan selebriti bahkan mendekati gangguan delusi. Perilaku obsesif seperti ini dikenal sebagai *Celebrity Worship* (Maltby, 2003).

Maltby, McCutcheon, dkk (2002) menjelaskan *Celebrity Worship* dengan model *Absorption-Addiction* atau penyerapan dan adiktif. Menurutnya, penyerapan dalam *Celebrity Worship* merupakan identitas terstruktur yang terdapat di dalam diri individu yang membantu penyerapan psikologis terhadap selebriti dalam upaya membangun identitas diri dan rasa

pemenuhan dalam diri individu tersebut, Penyerapan tersebut menghasilkan rasa realitas kepada idola yang semakin tinggi dan membantu penggemar untuk membangun rasa identitas dan pemenuhan peran yang lebih kuat. Sedangkan unsur adiktif artinya, pikiran atau perilaku yang pada awalnya hanya memuaskan kebutuhan seseorang untuk menyerap melakukannya berubah menjadi keinginan yang mendorong untuk terlibat dalam perilaku disosiatif yang lebih kuat demi menjaga perasaan yang intim dengan selebriti. Penggemar kemudian akan terlibat dalam perilaku yang lebih ekstrim untuk meningkatkan pengetahuan dan kedekatannya dengan selebriti favorit. Bentuk pengidolaan selebriti yang paling ekstrem, seperti yang dipaparkan oleh Maltby, McCutcheon, dkk, mencakup aspek kompulsif obsesif dan bahkan delusional. Misalnya, penggemar akan mempercayai bahwa mereka memiliki hubungan timbal balik dengan selebriti favorit mereka (Sheridan, North, Maltby & Gillet, 2007).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *Celebrity Worship* merupakan bentuk hubungan parasosial yang tidak normal dan mencakup proses penyerapan psikologis dan adiktif yang dapat mengubah identitas utuh penggemar menjadi kompulsif obsesif dan bahkan mendekati delusional terhadap satu atau lebih selebriti favorit.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Celebrity Worship*

McCutcheon dkk dalam Kusuma (2015) mengatakan terdapat 3 faktor yang mempengaruhi *Celebrity Worship*, diantaranya : (a) faktor usia, *Celebrity Worship* mencapai puncaknya pada usia remaja awal hingga akhir, dan akan berakhir secara perlahan ketika memasuki usia dewasa awal, (b) faktor keterampilan sosial, keterampilan sosial yang buruk mengganggu

Celebrity Worship sebagai kompensasi atas tidak terjadinya hubungan sosial yang nyata, (c) faktor jenis kelamin, laki-laki cenderung mengidolakan idola perempuan dan perempuan akan lebih cenderung mengidolakan idola laki-laki dalam hal ini berkaitan dengan hubungan romatisme remaja, namun perempuan lebih mungkin melakukan *Celebrity Worship* secara intens dibanding laki-laki.

3. Level *Celebrity Worship*

Menurut Maltby, dkk (2007) terdapat tiga level yang dapat digambarkan sebagai suatu tingkatan dalam *Celebrity Worship*, yaitu:

a. *Entertainment social*

Entertainment Social merupakan tingkat pengidolaan selebriti tahap terendah. Hal ini digambarkan sebagai motivasi yang mendasari pencarian aktivitas penggemar terhadap idola. Keterlibatan penggemar dengan idola memiliki nilai sosial yang bertujuan untuk hiburan atau menghabiskan waktu, yang didasari oleh ketertarikan penggemar terhadap bakat, sikap, perilaku dan hal yang telah dilakukan oleh selebriti idolanya. Penggemar biasanya membicarakan, mencari dan berbagi informasi terkait kehidupan selebriti idola kepada sesama penggemar lain. Pada tahap ini penggemar tertarik pada selebriti favorit karena kemampuan mereka untuk menghibur dan menarik perhatian penggemar.

b. *Intense – Personal*

Intense Personal, tingkat menengah dari *Celebrity Worship* digambarkan melalui perasaan yang intensif dan kompulsif terhadap selebriti dan hampir mendekati perasaan obsesif penggemar terhadap selebriti

idolanya. Penggemar memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun tentang idolanya mulai dari berita terbaru hingga informasi pribadi selebriti idola. Biasanya pada tahap ini penggemar mulai melibatkan perasaan, mereka akan sangat senang memikirkan selebriti idolanya. Perilakunya dapat berupa menganggap selebriti idolanya sebagai belahan jiwanya dan mulai sering memikirkan selebriti idola bahkan ketika penggemar sedang tidak ingin memikirkannya.

c. *Borderline – Pathological*

Borderline Pathological merupakan tingkatan paling tinggi atau mendalam dari hubungan keterlibatan penggemar dengan selebriti idolanya. Hal ini digambarkan dalam sikap seperti kesediaan untuk melakukan apapun demi selebriti idolanya, walaupun terkadang apa yang dilakukan idolanya melanggar hukum. Penggemar yang seperti ini tampak memiliki pemikiran yang tidak terkontrol dan menjadi irasional. Perilakunya dapat berupa rela menghabiskan uang yang cukup yang banyak untuk membeli barang-barang terkait selebriti idola, merasa akan sangat beruntung apabila bertemu dengan selebriti idola dan rela melakukan sesuatu yang ilegal. Faktor ini diperkirakan mencerminkan sikap dan perilaku patologis yang dipegang sebagai hasil dari pengidolaan selebriti (Sehridan, North, Maltby & Gillett, 2007).

4. *Celebrity Worship* kepada Selebgram

a. Selebgram

Pemilik akun Instagram yang memiliki banyak pengikut atau *followers* dapat dikatakan sebagai selebgram. Selebgram merupakan singkatan dari selebriti dan *Instagram* (Ariani & Trigartantri, 2016)

Selebriti diartikan dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) sebagai seseorang yang terkenal atau yang biasa disebut dengan artis, sedangkan menurut O'Mahony dan Meenaghan (1998) dalam Sudarti (2014) mengungkapkan selebriti sebagai orang-orang terkenal di masyarakat yang berprofesi sebagai bintang film, sinetron, olahragawan, pebisnis, penyanyi, politikus dan orang-orang terkenal lainnya. Biasanya selebriti mudah dikenali secara fisik yang berciri khas (Sudarti, 2014). Seseorang dapat dikatakan sebagai selebriti ketika ia mampu menempuh hasil dari karir yang sukses di bidang yang ia jalani (Prihantoro, 2013). Selebgram dapat diartikan sebagai selebriti atau orang terkenal di dunia *Instagram* yang mempunyai banyak pengikut atau *followers* di akun *instagram*-nya.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi seseorang dikatakan sebagai selebgram, bisa jadi dari keindahan fotografi yang diunggahnya, kecantikan atau ketampanan pemilik akun tersebut, atau bahkan selera dalam memadu padankan pakaian (Ariani & Trigartantri, 2016). Selebgram sebagai figur yang terkenal di *Instagram* juga merupakan bagian dari *celebrity endorsement* yang dipercaya untuk membawakan produk-produk yang dijual secara *online* melalui akun *instagram* (Rachmat, 2013)

Selebgram juga dikenal sebagai selebriti tiba-tiba. Hal ini dikarenakan kebanyakan dari mereka adalah orang-orang awam yang jarang muncul di media konvensional, namun berhasil menunjukkan keberhasilannya di bidang masing-masing melalui media sosial *Instagram*. Bahkan identitas pemilik akun juga cenderung misterius,

tetapi secara tiba-tiba mereka memiliki jumlah pengikut yang luar biasa banyaknya dan bahkan banyak yang mengidolaknya (Maharani & Totoatmojo, 2015)

b. Selebgram sebagai tokoh idola

Kata idola diartikan dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) sebagai seseorang, gambar, patung, dan sebagainya yang menjadi pujaan artinya *image* yang dipuja karena dianggap memberikan kehidupan batin dan lahiriah, kepercayaan, dan keyakinan terhadap benda mati, sedangkan tokoh adalah seseorang yang memiliki karakter, watak, dilihat dari perilaku etis dan moral, dalam kata lain rumusnya ialah: kebiasaan, sentimen, dan ideal membuat tindakan seseorang yang relatif stabil, misalnya kebaikan seseorang (Sudarsono, 1997).

Pengertian tokoh idola di sini dapat diartikan proses seseorang yang dapat memberikan kekaguman pada orang lain, sehingga dijadikan tokoh idola. Tokoh idola merupakan figur yang dapat mengubah atau mempengaruhi masyarakat, biasanya tokoh ini berasal dari pemimpin masyarakat atau orang-orang yang dihormati di lingkungannya (Wirawan, 2005). Tokoh idola yang dimaksud biasanya adalah mengidolakan tokoh-tokoh yang terkenal, agar termotivasi meniru sifat-sifat kebaikan, kemampuan atau keahlian yang dimiliki oleh tokoh idolanya tersebut (Dariyo, 2004). Dalam penelitian ini tokoh idola terkenal yang dimaksud adalah selebriti di media sosial *Instagram* atau Selebgram.

Dari beberapa uraian di atas dapat disimpulkan selebgram memiliki arti sebagai selebriti yang diidolakan di media sosial *instagram*.

Sebagai selebriti di instagram, selebgram tidak berbeda dengan selebriti yang biasa hadir di media konvensional seperti televisi dan majalah. Keduanya merupakan orang yang dikenal masyarakat dengan berbagai keahlian dan keterampilan yang dimiliki masing-masing, sehingga memiliki banyak penggemar terutama remaja. Popularitas selebgram juga membuatnya dipercaya untuk membawakan berbagai produk yang ditawarkan melalui instagram. Dengan demikian tidak menutup kemungkinan bahwa selebgram sebagai tokoh idola akan mengarah pada pengidolaan selebriti atau yang biasa dikenal dengan *Celebrity Worship*.

B. Remaja

1. Definisi Remaja

Istilah remaja atau *adolescence* berasal dari bahasa latin *adolescere* yang berarti tumbuh dan berkembang menjadi dewasa yang mencakup kematangan mental, sosial dan fisik (Hurlock, 1980). Remaja adalah masa peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa dimulai pada usia 10-13 tahun dan berakhir pada usia 18-22 tahun yang mencakup perubahan biologis, kognitif dan sosio-emosional yang terjadi berkisar dari perkembangan fungsi seksual, dan proses berpikir abstrak sampai pada kemandirian (Santrock, 2003). Sedangkan Monks membedakan rentang usia remaja menjadi empat bagian, yaitu masa pra-remaja usia 10-12 tahun, masa remaja awal 12-15 tahun, masa remaja pertengahan 15-18 tahun, dan masa remaja akhir usia 18-21 tahun (Monks, 2009)

WHO dalam Sarwono (2008) menjelaskan masa remaja kedalam tiga karakteristik, yaitu: (a) biologis yang ditunjukkan dengan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual, (b) psikologis yaitu individu mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari kanak-kanak menuju dewasa, (c) sosial ekonomi yaitu peralihan dari ketergantungan penuh sosial ekonomi menuju keadaan yang relatif lebih mandiri (Sarwono, 2008). Selain tiga kriteria di atas masa remaja juga dijelaskan sebagai dimana individu mencari identitas diri sendiri menghadapi tantangan untuk menemukan siapa mereka, apa peran mereka, dan kemana mereka akan pergi (King, 2007).

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat digambarkan masa remaja sebagai masa peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa dengan rentang usia 10-21 tahun dan dibagi dalam empat tahap yaitu praremaja, remaja awal, remaja pertengahan, dan remaja akhir. Dalam masa tersebut terjadi proses perkembangan fungsi biologis, psikologis, sosial ekonomi dan pencarian identitas diri.

2. Tugas Perkembangan Remaja

Menurut Havighurst, tugas perkembangan adalah tugas-tugas yang harus diselesaikan individu pada fase-fase atau periode kehidupan tertentu, dan apabila berhasil mencapainya mereka akan berbahagia, tetapi sebaliknya apabila mereka gagal akan kecewa dan dicela orang sekeliling atau masyarakat dan perkembangan selanjutnya juga akan mengalami kesulitan. Tugas perkembangan remaja menurut Havighurst yaitu :

- a. Menerima fisiknya sendiri berikut keragaman kualitasnya

Beberapa remaja merasa tidak puas dengan keadaan tubuhnya, biasanya pada bagian tubuh tertentu. Kegagalan menerima kondisi fisik menjadi salah satu timbulnya konsep diri remaja yang kurang baik.

- b. Mencapai kemandirian emosional dari orangtua atau figur-figur yang mempunyai otoritas

Untuk mencapai kematangan emosi, remaja harus belajar mendapatkan gambaran tentang situasi yang dapat memicu reaksi emosionalnya, dengan cara membicarakan berbagai masalah pribadinya kepada orang tua atau orang dewasa lainnya.

- c. Mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal dan bergaul dengan teman sebaya atau orang lain, baik secara individual maupun kelompok, dengan belajar menyesuaikan diri dengan lingkungan dan situasi yang baru.
- d. Menemukan manusia sebagai model yang dijadikan identitasnya. Remaja berupaya menemukan model yang bisa dijadikan panutan dalam pencarian identitas diri, apabila remaja gagal menemukan identitas, mereka akan mengalami krisis identitas.
- e. Menerima dirinya sendiri dan memiliki kepercayaan terhadap kemampuannya sendiri. Menjadi pribadi yang mampu berdiri sendiri, mampu membuat rencana, dan berbuat untuk masa sekarang dan masa yang akan datang.
- f. Memperkuat *self-control* atas dasar skala nilai, prinsip-prinsip atau falsafah hidup. Menemukan gagasan/pemikiran, prinsip-prinsip dan penafsiran tentang kehidupan itu sendiri yang dapat menjadi panduan atau pedoman dalam menghadapi kesulitan hidup

- g. Mampu meninggalkan reaksi dan penyesuaian diri sikap perilaku kekanak-kanakan. Mulai mengenal jelas peran statusnya dimasyarakat dan tidak lagi menggunakan sikap kekanak-kanakan dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan (Hurlock, 1980).

3. Aspek Perkembangan Remaja

Remaja dalam menjalani tugas perkembangannya dipengaruhi oleh aspek-aspek perkembangan baik fisik, kognitif maupun sosial dan emosional. Berikut ini aspek-aspek perkembangan yang dialami oleh remaja.

a. Perkembangan fisik

Dalam perkembangan fisik perubahan fisik merupakan gejala primer dalam pertumbuhan remaja. Masa ini sering disebut sebagai masa pubertas yang merupakan tahap perkembangan fisik dimana seseorang pertama kali mampu menghasilkan keturunan. Pubertas dipicu oleh perubahan hormonal yang nampak pada organ-organ reproduksi yang sudah mulai berkembang. Perubahan tersebut menyebabkan kecanggungan bagi remaja karena ia harus menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi pada dirinya, terutama yang mengalami pubertas lebih awal. Pubertas berkaitan dengan keinginan kuat untuk tidak mengalami berat badan dan kepedulian terhadap citra tubuh remaja khususnya remaja perempuan, banyak yang menjadi tidak bahagia dengan penampilan mereka dan hal ini mencerminkan tuntutan budaya terhadap karakteristik fisik perempuan. Penyesuaian tersebut tidak selalu dapat dilakukan dengan

mulus terutama jika tidak ada dukungan dari orang sekitar (Papalia, 2009)

b. Perkembangan emosi

Pada masa remaja, individu mengalami puncak emosionalitas, yaitu perkembangan emosi yang tinggi. Pertumbuhan fisik, terutama organ-organ seksual mempengaruhi berkembangnya emosi. Pada usia remaja awal, perkembangan emosi ditunjukkan dengan sifat sensitif dan reaktif yang sangat kuat terhadap berbagai peristiwa atau situasi sosial. Emosi yang nampak pada remaja bersifat negatif dan temperamental seperti mudah tersinggung/marah, atau mudah sedih/murung (Yusuf, 2005). Emosi remaja seringkali mengakibatkan emosional yang tinggi. Mereka memiliki kesadaran yang lebih tinggi dibandingkan dengan masa anak-anak, akan tetapi secara umum fungsi kontrol pada remaja belum maksimal sehingga membutuhkan kemampuan reorganisasi strategi *coping* yang adaptif (Caspi & Moffitt, 1991 dalam Steinberg & Lerner, 2004; Engels, et. al., 2012).

Mencapai kematangan emosional merupakan tugas perkembangan yang sangat sulit bagi remaja, karena apabila kurang dipersiapkan untuk memahami peran-perannya dan kurang mendapatkan perhatian dan kasih sayang dari orangtua, dan pengakuan dari teman sebaya, remaja akan cenderung mengalami kecemasan, perasaan tertekan atau ketidaknyamanan emosional.

Remaja yang dalam proses perkembangannya berada dalam iklim yang kondusif, cenderung akan memperoleh perkembangan emosinya secara matang (terutama dalam masa remaja akhir).

Kematangan emosi ini ditandai oleh adekuasi emosi berupa cinta kasih, simpati, altruis (senang menolong orang lain), *respect* dan ramah serta mengendalikan emosi berupa tidak mudah tersinggung, tidak agresif, bersikap optimis dan tidak pesimis dan dapat menghadapi situasi frustrasi secara wajar (Yusuf, 2005).

c. Perkembangan hubungan sosial

Hubungan sosial merupakan tugas perkembangan yang penting bagi setiap individu khususnya remaja. Remaja merasa selalu ingin tau bagaimana cara melakukan hubungan yang baik dan aman dengan dunia sekitarnya. Hubungan sosial ini menyangkut penyesuaian diri terhadap lingkungan seperti cara berpakaian, mentaati peraturan, membangun komitmen dengan lingkungan sekitar. Hubungan sosial pada masa remaja merupakan proses emansipasi dan individuasi. Teman-teman sebaya dan tokoh idola mempunyai peran yang sangat besar dibandingkan dengan peran orangtua dalam perkembangan sosial remaja (Ali & Asrori, 2004). Peran teman sebaya memberi pengaruh dalam sikap, penampilan, minat, pembicaraan, dan perilaku. Misalnya sebagian besar remaja memahami bila mereka memakai model pakaian yang sama dengan anggota kelompok yang populer, maka kesempatan baginya untuk diterima kelompok menjadi lebih besar (Hurlock, 1980).

Selain hubungan sosial teman sebaya, hubungan romantis juga merupakan bagian dari hubungan sosial remaja. Hubungan ini memunculkan emosi kuat baik positif maupun negatif, karena dapat mempengaruhi status mereka dalam kelompok teman sebaya. Pada masa remaja akhir, hubungan romantis mulai menjadi sumber

kebutuhan emosional yang dapat berorientasi untuk waktu jangka panjang. Hubungan pernikahan orang tua, atau orang dewasa lain seperti tokoh idola memiliki peran sebagai model atau contoh dalam hubungan romantis remaja (Papalia, 2009).

d. Perkembangan kognitif

Tahap remaja adalah transisi dari egosentris ke kemampuan berpikir tingkat tinggi. Masa ini berpusat pada konflik karena remaja sedang mencari kejelasan identitas dan mulai meninggalkan mimpi atau khayalan dimasa kecil. Mereka sangat idealis dan tidak realistis, namun secepatnya mereka harus berubah ke arah yang lebih baik yaitu tahap penerimaan diri dan pengintergrasian, sebuah tahap yang secara penuh mencapai masa dewasa.

Remaja berada pada tahapan operasional formal yang biasanya dimulai pada usia 11 tahun dan bertahan hingga masa dewasa. Karakteristik remaja yang berada pada tahapan dimana mereka lebih fleksibel dalam mengolah informasi, mampu berpikir secara abstrak, membayangkan sesuatu yang tidak nyata dan dapat memberikan penjelasan yang logis mengenai hal tersebut. Remaja juga sudah mampu melihat masalah dari berbagai sudut pandang dan mencari penyelesaiannya dari berbagai sumber.

Menurut Piaget dalam Papalia (2009), kemampuan ini juga mendukung remaja untuk dapat melakukan penalaran deduktif dengan baik, mampu membuat hipotesis atas suatu masalah dan merancang sebuah eksperimen untuk membuktikan hipotesisnya tersebut, sedangkan menurut tingkat penalaran teori Kohlberg remaja berada

pada tingkatan *conventional morality* atau *morality of conventional role conformity* yaitu menginternalisasi standar dari figur otoritas. Mereka peduli tentang menjadi “baik” dan menyenangkan bagi orang lain, dan mempertahankan aturan sosial. (Papalia, Olds, & Feldman, 2009).

C. Instagram

1. Definisi Instagram

Seperti yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya nama Instagram berasal dari pengertian secara keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata Instan-Telegram. Salah satu keunggulan Instagram ialah selain dapat berbagi foto, instagram dapat pula berbagi video pendek dengan berbagai filter untuk mengedit video tersebut. Insatgram merupakan aplikasi gratis yang dapat diunduh di berbagai gadget seperti, *android, iphone, ipod touch, ipad* (Aditya, 2015; Bambang, 2012)

2. Konten Instagram

Remaja yang hidup pada zaman sekarang dihadapkan pada berbagai pilihan gaya hidup yang ditawarkan melalui media. Kondisi ini bisa dipahami mengingat bahwa kehadiran media seperti media sosial beriringan dengan kelahiran kelompok usia muda ini. Kaum muda seperti remaja adalah kelompok yang sedang dalam proses mencari jati diri. Beberapa penelitian

mengatakan remaja menggunakan media sosial untuk menunjukkan identitas, memperkuat identitas, dan pencarian informasi identitas diri. Identitas tersebut dihadirkan melalui gaya berpakaian, penampilan, cara bicara, tulisan, visual melalui foto dan video yang ditampilkan sehingga dapat menunjukkan kreatifitas dan kebebasannya dalam media yang mudah dan murah.

Adanya media sosial seperti instagram membuat ruang privasi menyatu dengan ruang publik, terjadi pergeseran budaya yang membuat para remaja dengan mudah dan bebas mengunggah segala kegiatan mereka dalam membentuk identitas diri. Kehadiran instagram di kalangan remajapun menjadi bagian penting dalam kehidupan. Instagram menjadi salah satu sumber pencarian informasi tertinggi dikalangan remaja, mulai dari informasi hiburan mengenai idola favorit, hobi, fashion, *make-up*, *online shop*, wisata alam, wisata kuliner dan lain-lain, sampai dengan informasi pendidikan dan karir. Selain informasi, remaja mengguakan instagram sebagai media komunikasi yang menarik. Instagram juga bisa dimanfaatkan sebagai media untuk meningkatkan eksistensi dan membentuk identitas diri.

Saat ini *Instagram* menjadi media sosial yang paling banyak digunakan para remaja. Hal ini didukung dengan data yang diperoleh dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa angka pengguna internet di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 132,7 juta. Dari banyaknya remaja yang menggunakan internet menurut Mazman perempuan ditemukan lebih sering menggunakan media sosial untuk menciptakan suatu hubungan baru dan menciptakan komunikasi dengan orang lain (Mazman, 2011). Berdasarkan data tersebut *Instagram* sebagai salah satu media sosial yang

banyak dikunjungi dengan jumlah pengguna mencapai 19,9 juta. Alasan *Instagram* menjadi media sosial favorit karena memiliki fitur cukup lengkap dan menarik, sehingga dapat memenuhi kebutuhan para remaja.

D. *Celebrity Worship* Kepada Remaja Pengguna Instagram

Masa remaja merupakan bagian dari tahap perkembangan psikososial dari teori Erikson. Menurut Erikson pembentukan identitas dipengaruhi dengan adanya umpan balik dari lingkungan yang dapat memantapkan pembentukan identitas diri pada remaja baik secara internal maupun eksternal (Erikson, 1989). Menurut Marcia Identitas bersifat dinamis, berkembang seiring berjalannya waktu yang dipengaruhi oleh lingkungan, kelompok dan tokoh idola (Marcia, 1980). Dalam pembentukan identitas diri remaja akan mencari sosok yang dapat menjadi *role model* bagi dirinya, dalam penelitian ini *role model* yang dimaksud adalah selebriti idola. Pencapaian identitas diri yang sempurna dapat membantu remaja agar tidak mengalami krisis identitas di masa perkembangan selanjutnya (Santrock, 2002).

Marcia juga menjelaskan bahwa identitas merupakan suatu proses tahap yang dikaitkan dengan eksplorasi dan komitmen. Pada masa ini, remaja menggunakan segala fasilitas yang ada seperti internet dan media sosial untuk memperkuat eksplorasinya. Saat ini *Instagram* menjadi media sosial yang paling banyak digunakan para remaja. Dari *Instagram* pula selebgram hadir ditengah masyarakat dan idolakan remaja. Selebgram tidak berbeda dengan selebriti yang biasa hadir di media konvensional seperti televisi dan majalah. Keduanya merupakan orang yang dikenal masyarakat dengan berbagai keahlian dan keterampilan yang dimiliki masing-masing selebgram sebagai selebriti di instagram juga memiliki sifat yang dapat dipercaya dan dapat mempengaruhi

banyak orang. Dengan demikian tidak menutup kemungkinan bahwa selebgram memiliki banyak idola dan mengarah pada pengidolaan selebriti atau yang biasa dikenal dengan *Celebrity Worship*.

Celebrity Worship atau pengidolaan selebriti merupakan isu penting yang menjadi bagian dari masa perkembangan remaja. Selebriti merupakan sosok yang menjadi sebuah contoh bagi masyarakat atau publik, khususnya para anak-anak dan remaja. Talenta, kecantikan/ketampanan, perilaku, sikap, gaya hidup hingga bentuk tubuh selebriti menjadi sebuah tolak ukur apa yang disebut sebagai kesempurnaan bagi kaum remaja. Remaja diyakini lebih banyak berpartisipasi dalam *Celebrity Worship* karena mereka lebih mudah dipengaruhi oleh orang lain, dan memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk meniru perilaku dari selebriti idola (Maltby, 2005).

Selain identitas diri *Celebrity Worship* yang dilakukan remaja juga berkaitan erat dengan beberapa aspek perkembangan remaja, seperti pengaruh terhadap hubungan interpersonal. *Celebrity Worship* dianggap sebagai alternatif untuk mengembangkan hubungan interpersonal bagi individu yang merasa kesepian, pemalu, atau kurang terampil dalam membangun hubungan interpersonal karena individu tersebut beranggapan dengan melakukan *Celebrity Worship* merupakan pilihan yang tepat agar mereka dapat diterima dilingkungannya (Ann & Chan, 2016). Hal ini berhubungan dengan aspek hubungan sosial remaja. Remaja merasa selalu ingin tahu bagaimana cara melakukan hubungan yang baik dan aman dengan lingkungan sekitarnya. Hubungan sosial ini menyangkut penyesuaian seperti cara berpakaian, mentaati peraturan, membangun komitmen dengan lingkungan sekitar. Teman-teman sebaya dan tokoh idola mempunyai peran yang sangat besar dalam

perkembangan hubungan sosial remaja, sehingga remaja akan berperilaku sesuai dengan apa yang dilihat dari teman-teman sebaya dan idolanya. Misalnya sebagian besar remaja memahami bila mereka memakai model pakaian yang sama dengan anggota kelompok yang populer, maka kesempatan baginya untuk diterima kelompok menjadi lebih besar (Hurlock, 1980).

Celebrity worship juga berpengaruh dengan *body image* (Ann & Chan, 2016). Sebagai seorang selebriti idola penting untuk mereka menampilkan diri secara maksimal, terutama dalam bentuk tubuh yang ideal. Remaja yang melakukan *Celebrity Worship* akan melihat selebriti idola sebagai contoh ideal dalam kehidupannya termasuk pandangan mereka mengenai bentuk tubuh ideal. Hal ini berhubungan dengan aspek perkembangan fisik remaja, dimana pada masa ini remaja mengalami pubertas. Pubertas berkaitan dengan keinginan kuat untuk memiliki bentuk tubuh yang ideal dan kepedulian terhadap citra tubuh remaja khususnya remaja perempuan, banyak yang menjadi tidak bahagia dengan penampilan mereka dan hal ini mencerminkan tuntutan budaya terhadap karakteristik fisik terutama perempuan (Papalia, 2009).

E. Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Maltby dkk, tahun 2005 mengenai "*Celebrity Worship, addiction, and criminality*" mengungkapkan individu yang berada pada tahap *Celebrity Worship* memiliki *well-being* yang rendah dibandingkan dengan individu yang tidak berada pada tahap *Celebrity Worship*. Penelitian lain yaitu penelitian yang dilakukan oleh Kara Chan tahun 2011 mengenai "*Gender Roles From Celebrities*" hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa remaja yang

mengidolakan selebriti cenderung mengaitkan peran selebriti idola sebagai panutan dalam membentuk identitas diri. Penelitiannya juga mengungkapkan bahwa secara eksplisit remaja yang mengidolakan selebriti mengadopsi selebriti dalam hal berperilaku, berpenampilan, kepribadian yang spesifik atau bakat yang selebriti miliki sebagai *role model* dalam pembentukan peran identitas gender yang positif (Chan, 2011). Penelitian lain yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ester Krisnawati mengenai “Pola Penggunaan Internet oleh Kalangan Remaja di Kota Semarang” mengungkapkan bahwa jenis informasi yang paling sering di cari oleh kalangan remaja melalui internet adalah informasi mengenai hiburan hobi serta berita atau gosip-gosip terbaru terkait selebriti.