

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data Responden

Penelitian ini mengenai gambaran *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram di SMA Suluh Jakarta yang dilakukan pada 150 siswa SMA Suluh Jakarta. Berikut ini adalah gambaran responden yang menjadi subyek dalam penelitian :

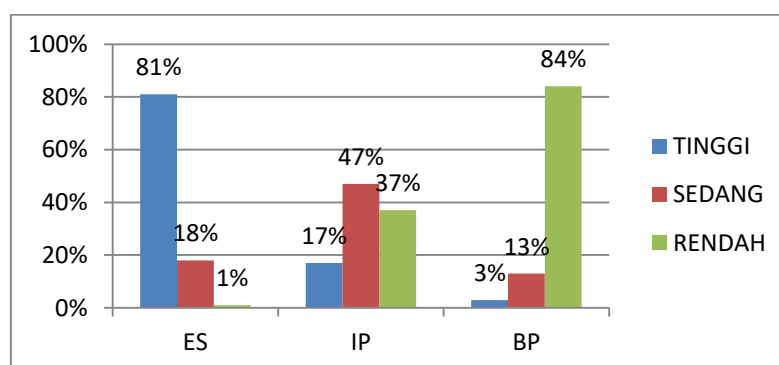
Tabel 4.1
Jumlah Sampel Siswa Sma Suluh Jakarta

No	Kelas	Perempuan	Laki-laki
1	X IS 1	12	10
2	X IS 2	13	5
3	X IS 5	15	7
4	X IS 3	9	7
5	X IS 4	4	3
6	X MIA 2	12	3
7	XI IS 1	10	3
8	XI IS 2	7	9
9	XI MIA 1	12	9
JUMLAH		94	56
		150	

2. Deskripsi Profil *Celebrity Worship* Berdasarkan Level

Tabel 4.2
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram Berdasarkan Level

LEVEL	KATEGORI	JUMLAH	PERSENTASE
<i>Entertainment Social</i> (ES)	Tinggi	122	81%
	Sedang	26	18%
	Rendah	2	1%
	Total	150	100%
<i>Intense Personal</i> (IP)	Tinggi	25	17%
	Sedang	70	47%
	Rendah	55	37%
	Total	150	100%
<i>Borderline Pathological</i> (BP)	Tinggi	5	3%
	Sedang	19	13%
	Rendah	126	84%
	Total	150	100%



Grafik Batang 4.1
Grafik *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram
Berdasarkan Level

Berdasarkan tabel 4.2 dan grafik batang 4.1 di atas terlihat bahwa pada level *Entertainment Social* (ES) terdapat 122 siswa dengan persentase 81% termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan 26 siswa dengan persentase 18% termasuk dalam kategori sedang, dan 2 siswa dengan persentase 1% termasuk dalam kategori rendah. Pada level *Intense Personal* (IP) terdapat 25 siswa dengan persentase 18% termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan 70 siswa dengan persentase 47% berada dalam kategori sedang, dan 55

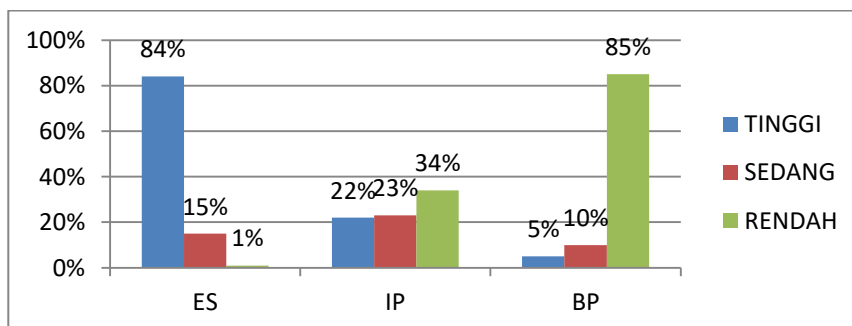
siswa dengan persentase 37% berada dalam kategori rendah. Pada level *Borderline Pathological* (BP) terdapat 5 siswa dengan persentase 3% termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan 19 siswa dengan persentase 13% termasuk dalam kategori sedang, dan 126 siswa dengan persentase 84% berada dalam kategori rendah.

3. Deskripsi *Celebrity Worship* Berdasarkan Gender

a. Perempuan

Tabel 4.3
Data *Celebrity Worship* Berdasarkan Gender Perempuan

GENDER	LEVEL	KATEGORI	JUMLAH	PERSENTASE
PEREMPUAN	ES	Tinggi	79	84%
		Sedang	14	15%
		Rendah	1	1%
		Total	94	100%
	IP	Tinggi	21	22%
		Sedang	41	24%
		Rendah	32	34%
		Total	94	100%
	BP	Tinggi	5	5%
		Sedang	9	10%
		Rendah	80	85%
		Total	94	100%



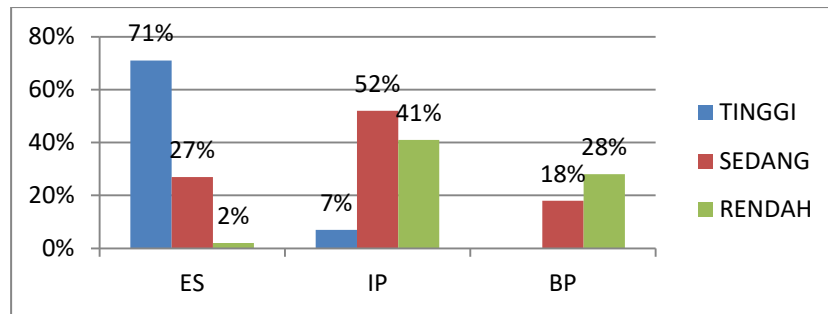
Grafik batang 4.2
Grafik *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram Berdasarkan Gender Perempuan

Berdasarkan tabel 4.3 dan grafik 4.2 terlihat gender perempuan pada *Entertainment Social* (ES) terdapat 79 siswa dengan persentase 84% termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan 14 siswa dengan persentase 15% termasuk dalam kategori sedang, dan 1 siswa dengan persentase 1% termasuk dalam kategori rendah. Pada level *Intense Personal* (IP) terdapat 21 siswa dengan persentase 22% termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan 41 siswa dengan persentase 24% berada dalam kategori sedang, dan 32 siswa dengan persentase 33% berada dalam kategori rendah. Pada level *Borderline Pathological* (BP) terdapat 5 siswa dengan persentase 5% termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan 9 siswa dengan persentase 10% termasuk dalam kategori sedang, dan 80 siswa dengan persentase 85% berada dalam kategori rendah.

b. Laki-laki

Tabel 4.4
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram
Berdasarkan laki-laki

Laki-Laki	ES	TINGGI	40	71%
		SEDANG	15	27%
		RENDAH	1	2%
		TOTAL	56	100%
	IP	TINGGI	4	7%
		SEDANG	29	52%
		RENDAH	23	41%
		TOTAL	56	100%
	BP	TINGGI	0	0%
		SEDANG	10	18%
		RENDAH	46	28%
		TOTAL	56	100%



Grafik batang 4.3
Grafik *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram Berdasarkan Gender Laki-laki

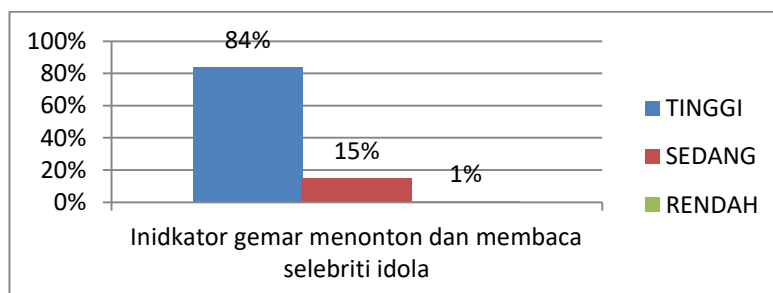
Berdasarkan tabel 4.4 dan grafik 4.3 terlihat gender Laki-Laki pada level *Entertainment Social* (ES) terdapat 40 siswa dengan persentase 71% termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan 15 siswa dengan persentase 27% termasuk dalam kategori sedang, dan 1 siswa dengan persentase 2% termasuk dalam kategori rendah. Pada level *Intense Personal* (IP) terdapat 4 siswa dengan persentase 7% termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan 29 siswa dengan persentase 52% berada dalam kategori sedang, dan 23 siswa dengan persentase 41% berada dalam kategori rendah. Pada level *Borderline Pathological* (BP) tidak ada siswa yang berada dalam kategori tinggi, sedangkan 10 siswa dengan persentase 18% termasuk dalam kategori sedang, dan 46 siswa dengan persentase 28% berada dalam kategori rendah.

4. Deskripsi Gambaran *Celebrity Worship* Berdasarkan Indikator
a. Gemar menonton atau membaca berita selebriti idola

Tabel 4.5
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram Berdasarkan Indikator Gemar menonton atau membaca berita selebriti idola

Kategori Kesesuaian	Jumlah Responden	Persentase
Tinggi	126	84%
Sedang	23	15%

Rendah	1	1%
Total	150	100%



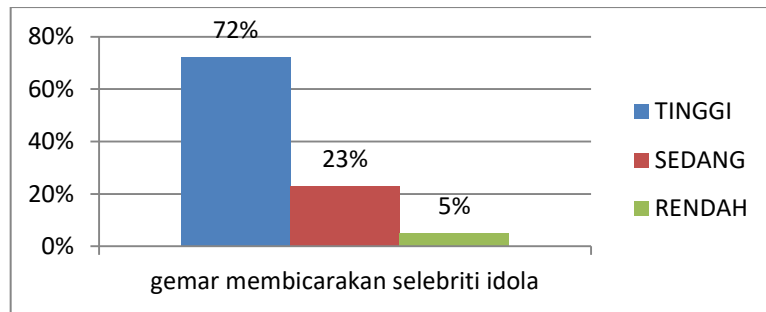
Grafik 4.4
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram Berdasarkan Indikator Gemar menonton atau membaca berita selebriti idola

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa 126 siswa dengan persentase 84% berada dalam kategori tinggi, sedangkan 23 siswa dengan persentase 15% berada dalam kategori sedang, dan 1 siswa dengan persentase 1% berada dalam kategori rendah. Dengan demikian terlihat bahwa siswa memiliki kecenderungan kategori tinggi dalam kegemaran menonton atau membaca berita selebriti idola.

b. Membicarakan selebriti idola

Tabel 4.6
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram Berdasarkan Indikator membicarakan selebriti idola

Kategori Kesesuaian	Jumlah Responden	Persentase
Tinggi	108	72%
Sedang	35	23%
Rendah	7	5%
Total	150	100%



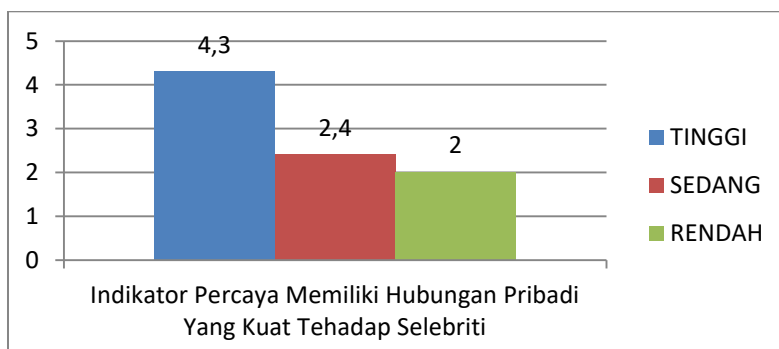
Grafik 4.5
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram
Berdasarkan Indikator Gemar Membicarakan Selebriti Idola

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa 108 siswa dengan persentase 72% berada dalam kategori tinggi, sedangkan 35 siswa dengan persentase 23% berada dalam kategori sedang, dan 7 siswa dengan persentase 5% berada dalam kategori rendah. Dengan demikian terlihat bahwa siswa memiliki kecenderungan kategori tinggi dalam kegemaran membicarakan selebriti idola.

c. Percaya Memiliki Hubungan Pribadi Yang Kuat Terhadap Selebriti

Tabel 4.7
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram
Berdasarkan Indikator Percaya Memiliki Hubungan Pribadi Yang Kuat Terhadap Selebriti

Kategori Kesesuaian	Jumlah Responden	Persentase
Tinggi	27	18%
Sedang	61	41%
Rendah	62	41%
Total	150	100%



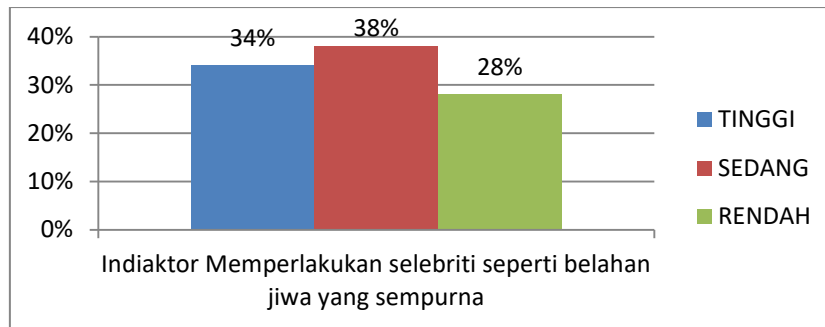
Grafik 4.6
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram
Berdasarkan Indikator Percaya Memiliki Hubungan Pribadi
yang Kuat Terhadap Selebriti

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa 27 siswa dengan persentase 18% berada dalam kategori tinggi, sedangkan 61 siswa dengan persentase 41% berada dalam kategori sedang, dan 62 siswa dengan persentase 41% berada dalam kategori rendah. Dengan demikian terlihat bahwa siswa memiliki kecenderungan kategori rendah dalam percaya memiliki hubungan pribadi yang kuat terhadap selebriti.

d. Memperlakukan selebriti seperti belahan jiwa yang sempurna

Tabel 4.8
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram
Berdasarkan Indikator Memperlakukan selebriti seperti belahan
jiwa yang sempurna

Kategori Kesesuaian	Jumlah Responden	Persentase
Tinggi	51	34%
Sedang	57	38%
Rendah	42	28%
Total	150	100%



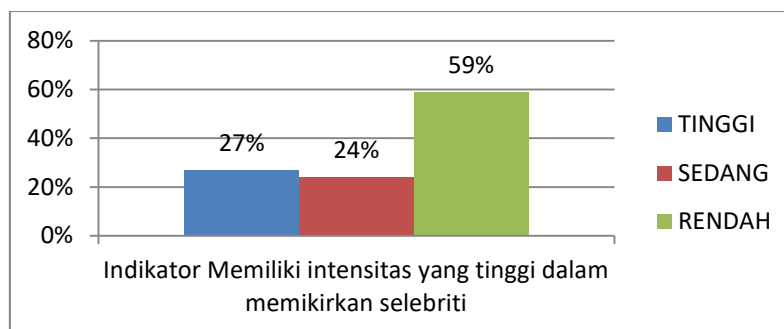
Grafik 4.7
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram
Berdasarkan Indikator Memperlakukan Selebriti Seperti
Belahan Jiwa yang Sempurna

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa 51 siswa dengan persentase 34% berada dalam kategori tinggi, sedangkan 57 siswa dengan persentase 38% berada dalam kategori sedang, dan 42 siswa dengan persentase 28% berada dalam kategori rendah. Dengan demikian terlihat bahwa siswa memiliki kecenderungan kategori sedang dalam Memperlakukan selebriti seperti belahan jiwa yang sempurna.

e. Memiliki intensitas yang tinggi dalam memikirkan selebriti

Tabel 4.9
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram
Berdasarkan Indikator Memiliki intensitas yang tinggi dalam
memikirkan selebriti

Kategori Kesesuaian	Jumlah Responden	Persentase
Tinggi	26	27%
Sedang	36	24%
Rendah	88	59%
Total	150	100%



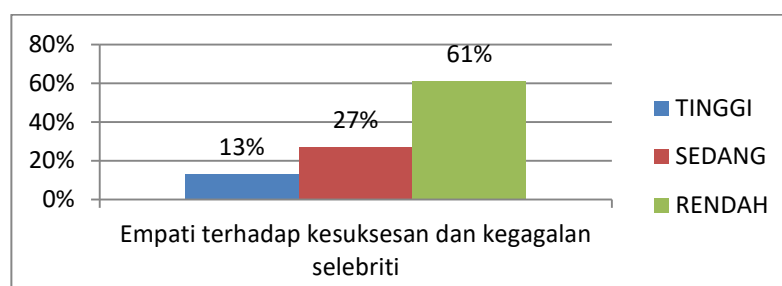
Grafik 4.8
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram
Berdasarkan Indikator Memiliki intensitas yang tinggi dalam
memikirkan selebriti

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa 26 siswa dengan persentase 27% berada dalam kategori tinggi, sedangkan 36 siswa dengan persentase 24% berada dalam kategori sedang, dan 88 siswa dengan persentase 59% berada dalam kategori rendah. Dengan demikian terlihat bahwa siswa memiliki kecenderungan kategori rendah dalam Memiliki intensitas yang tinggi dalam memikirkan selebriti.

f. Empati terhadap kesuksesan dan kegagalan selebriti

Tabel 4.10
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram
Berdasarkan Indikator Empati terhadap kesuksesan dan
kegagalan selebriti

Kategori Kesesuaian	Jumlah Responden	Persentase
Tinggi	19	13%
Sedang	40	27%
Rendah	91	61%
Total	150	100%



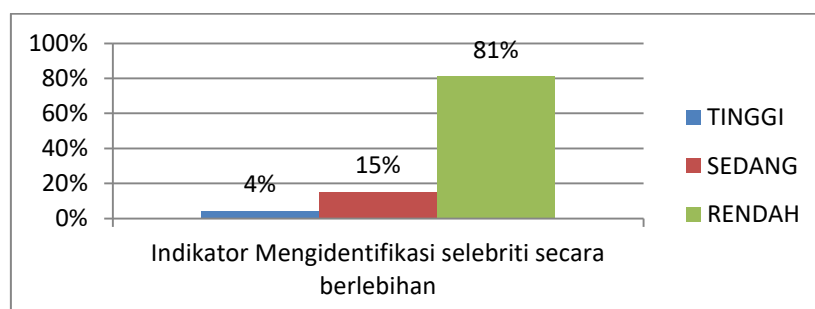
Grafik 4.9
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram
Berdasarkan Indikator Empati Terhadap Kesuksesan dan
Kegagalan Selebriti

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa 19 siswa dengan persentase 13% berada dalam kategori tinggi, sedangkan 40 siswa dengan persentase 27% berada dalam kategori sedang, dan 91 siswa dengan persentase 61% berada dalam kategori rendah. Dengan demikian terlihat bahwa siswa memiliki kecenderungan kategori rendah dalam indikator Empati terhadap kesuksesan dan kegagalan selebriti

g. Mengidentifikasi selebriti secara berlebihan

Tabel 4.11
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram
Berdasarkan Indikator Mengidentifikasi selebriti secara
berlebihan

Kategori Kesesuaian	Jumlah Responden	Persentase
Tinggi	6	4%
Sedang	23	15%
Rendah	121	81%
Total	150	100%



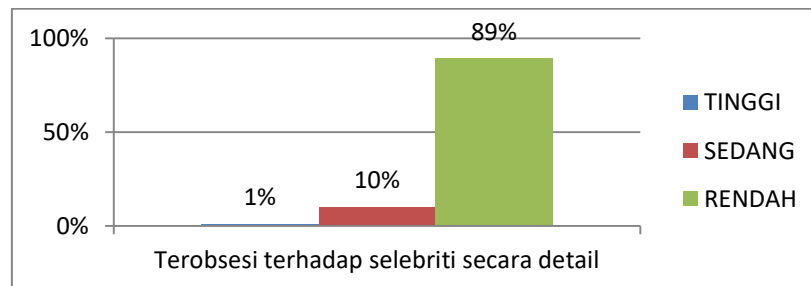
Grafik 4.10
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram
Berdasarkan Indikator Mengidentifikasi selebriti secara
berlebihan

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa 6 siswa dengan persentase 4% berada dalam kategori tinggi, sedangkan 23 siswa dengan persentase 15% berada dalam kategori sedang, dan 121 siswa dengan persentase 81% berada dalam kategori rendah. Dengan demikian terlihat bahwa siswa memiliki kecenderungan kategori rendah dalam Mengidentifikasi selebriti secara berlebihan.

h. Terobsesi terhadap selebriti secara detail

Tabel 4.12
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram Berdasarkan Indikator Terobsesi Terhadap Selebriti Secara Detail

Kategori Kesesuaian	Jumlah Responden	Persentase
Tinggi	2	1%
Sedang	14	10%
Rendah	134	89%
Total	150	100%



Grafik 4.11
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram Berdasarkan Indikator Terobsesi Terhadap Selebriti Secara Detail

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa 2 siswa dengan persentase 1% berada dalam kategori tinggi, sedangkan 14 siswa dengan persentase 10% berada dalam kategori sedang, dan 134 siswa dengan persentase 89% berada dalam kategori rendah. Dengan demikian terlihat

bahwa siswa memiliki kecenderungan kategori rendah dalam Terobsesi terhadap selebriti secara detail.

5. Deskripsi Gambaran *Celebrity Worship* Berdasarkan pilihan Gender Selebriti Idola

Tabel 4.13
Data *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram Berdasarkan Pilihan Gender Selebriti Idola

PILIHAN GENDER SELEBRITI IDOLA	LEVEL	KATEGORI	JUMLAH	PERSENTASE	
BEDA JENIS	ES	Tinggi	10	71%	
		Sedang	4	29%	
		Rendah	0	0%	
		Total	14	100%	
	IP	Tinggi	0	0%	
		Sedang	6	43%	
		Rendah	8	57%	
		Total	14	100%	
	BP	Tinggi	0	0%	
		Sedang	1	7%	
		Rendah	13	93%	
		Total	14	100%	
SEJENIS	ES	Tinggi	112	82%	
		Sedang	22	16%	
		Rendah	2	1%	
		Total	136	100%	
	IP	Tinggi	25	18%	
		Sedang	64	47%	
		Rendah	47	35%	
		Total	136	100%	
			Tinggi	5	4%

	BP	Sedang	18	13%
		Rendah	113	83%
		TOTAL	136	100%

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa pada pilihan selebriti beda jenis, level *Entertainment social* 10 siswa dengan persentase 71% berada dalam kategori tinggi, sedangkan 4 siswa dengan persentase 29% berada dalam kategori sedang, dan tidak ada siswa yang berada dalam kategori rendah. Level *Intense Personal* tidak ada siswa yang berada dalam kategori tinggi, sedangkan 6 siswa dengan persentase 43% berada dalam kategori sedang, dan 8 dengan persentase 57% siswa dengan berada dalam kategori rendah. Level *Borderline Pathological* tidak ada siswa yang berada dalam kategori tinggi, sedangkan 1 siswa dengan persentase 7% berada dalam

kategori sedang, dan 13 dengan persentase 93% siswa dengan berada dalam kategori rendah. Dengan demikian terlihat bahwa mayoritas kategori tinggi pilihan selebriti beda jenis berada pada level *Entertainment social*. Sedangkan pada pilihan selebriti sejenis, level *Entertainment social* 112 siswa dengan persentase 62% berada dalam kategori tinggi, sedangkan 22 siswa dengan persentase 16% berada dalam kategori sedang, dan 2 siswa dengan persentase 1% berada dalam kategori rendah. Level *Intense Personal* 25 siswa dengan persentase 18% berada dalam kategori tinggi, sedangkan 64 siswa dengan persentase 47% berada dalam kategori sedang, dan 47 siswa dengan persentase 35% siswa dengan berada dalam kategori rendah. Level *Borderline Pathological* 5 siswa dengan persentase 4% berada dalam kategori tinggi, sedangkan 18 siswa dengan persentase 13% berada dalam kategori sedang, dan 113 dengan persentase 83% siswa dengan berada dalam

kategori rendah. Dengan demikian terlihat bahwa mayoritas kategori tinggi pilihan selebriti sejenis berada pada level *Entertainment social*.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian gambaran *Celebrity Worship* Remaja Pengguna Instagram di SMA SULUH Jakarta, pada level *Entertainment Social* (ES) terdapat 81% (n=122) berada dalam kategori tinggi, sedangkan 18% (n=26) termasuk dalam kategori sedang, dan 1% (n=2) termasuk dalam kategori rendah. Hal ini berarti mayoritas responden berada pada level *Entertainment Social* (ES), yaitu ketertarikan subjek pada selebriti idola karena kemampuan mereka untuk menghibur dan menarik perhatian. Tingkat penyembahan selebriti tahap terendah ini digambarkan sebagai motivasi pencarian aktivitas penggemar terhadap selebriti idola, responden mulai memiliki kegemaran dalam menonton, membaca dan mencari informasi terkait selebriti idola yang bertujuan untuk hiburan atau menghabiskan waktu. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ester Krisnawati yang mengungkapkan bahwa jenis informasi yang paling sering dicari oleh kalangan remaja melalui internet adalah informasi mengenai hiburan hobi serta berita atau gosip-gosip terbaru terkait selebriti. Hal tersebut sejalan dengan pendapat para ahli yang mengungkapkan bahwa subjek yang juga merupakan kaum remaja memiliki salah satu karakteristik tugas perkembangan yaitu berupaya menemukan *role model* yang bisa dijadikan panutan dalam pencarian identitas diri yang mana remaja masa kini menentukan selebgram sebagai *role model* (Hurlock, 1980). Ahli lain juga mengungkapkan kaum remaja berada pada tahap explorasi pencarian identitas diri dan menggunakan media sosial sebagai fasilitasnya (Santrock, 2012). Sehingga responden yang memiliki kategori tinggi pada level ini masih dapat dikatakan

sebagai perilaku yang normal dalam perkembangan identitas diri pada masa remaja karena perilaku ini belum sampai pada tahap obsesi terhadap selebriti (Maltby. 2003).

Pada level *Intense Personal* (IP) terdapat 18% (n=25) termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan 47% (n=70) berada dalam kategori sedang, dan 37% (n=55) berada dalam kategori rendah. Hal tersebut menunjukkan mayoritas responden berada pada kategori sedang, *Intense Personal* merupakan tingkat menengah dari *Celebrity Worship*, digambarkan melalui perasaan yang intensif terhadap selebriti dan hampir mendekati perasaan obsesif terhadap selebriti idolanya. Hal ini terjadi karena responden yang berada pada tahap ini mulai merasa memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun tentang idolanya dan pada tahap ini penggemar mulai melibatkan perasaan secara intensif, mereka akan sangat senang memikirkan selebriti idolanya dan menganggap selebriti sebagai belahan jiwanya. Pada level ini responden yang berada pada kategori tinggi harus bisa mengontrol rasa pengidolaan terhadap selebriti idola agar tidak terus berlanjut pada level yang lebih serius yaitu *Borderline Pathological*. Dalam hal ini peran orang tua sangat dibutuhkan untuk memantau dan mengarahkan batasan-batasan wajar dalam mengidolakan selebriti idola. Selain orangtua guru BK juga perlu membantu siswanya dengan memberikan layanan dasar terkait *Celebrity Worship* bagi siswa secara umum dan menyeluruh.

Pada level *Borderline Pathological* (BP) terdapat terdapat 3% (n=5) termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan 13% (n=19) termasuk dalam kategori sedang, dan 84% (n=126) berada dalam kategori rendah. Hal tersebut menunjukkan mayoritas responden berada pada kategori rendah yang berarti mayoritas responden belum sampai pada tahap ini. *Borderline Pathological*

merupakan tingkatan paling tinggi atau mendalam dari hubungan keterlibatan penggemar dengan selebriti idolanya. Level ini digambarkan dalam sikap seperti kesediaan untuk melakukan apapun demi selebriti idolanya tersebut walaupun terkadang selebriti tersebut melanggar hukum (Sehridan, North, Maltby & gillett, 2007). Selain mayoritas responden pada tahap ini termasuk kategori rendah namun terdapat 5 responden yang berada pada kategori tinggi. Hal tersebut terjadi karena menurut para ahli dalam *Celebrity Worship* terdapat penyerapan psikologis terhadap selebriti idola dalam upaya untuk membangun identitas diri dan rasa pemenuhan dalam diri individu tersebut, sehingga semakin tinggi tingkat individu mengagumi seseorang, maka semakin tinggi juga tingkat keterlibatan dengan sosok yang diidolakan. Ahli lain juga mengatakan bahwa dalam *Celebrity Worship* terdapat elemen adiktif yang membuat 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.

Hal ini diperkuat oleh keterangan dari guru BK yang mengatakan bahwa 3 dari 5 responden tersebut merupakan anak yang sangat aktif dalam penggunaan media sosial khususnya instagram, selalu membawa *handphone*-nya ketika jam istirahat dan jam pulang sekolah, mudah bergaul, dikenal sebagai pribadi yang cepat mengetahui berita-berita terbaru dari selebriti instagram. Sedangkan 2 responden lainnya, menurut guru BK mereka merupakan pribadi yang tertutup, pendiam, tidak terlalu memiliki banyak teman dekat disekolah, namun menurut keterangan teman-teman dekatnya kedua responden ini aktif menggunakan

instagram meskipun jarang berkomunikasi dengan teman-teman di sekolah melalui media sosial instagram.

Dalam hal ini peran orang tua dan orang dewasa lainnya sangat dibutuhkan untuk memantau dan mengarahkan batasan-batasan wajar dalam mengidolakan selebriti idola. Selain orangtua guru BK juga perlu membantu siswanya, jika pada tahap sebelumnya guru BK cukup dengan memberikan layanan dasar, dalam tahap ini guru BK harus lebih fokus dengan memberikan layanan khusus yang lebih intensif, seperti layanan konseling yang sangat dibutuhkan bagi mereka yang berada pada kategori tinggi level *borderline pathological* ini. Dalam pemberian layanan konseling guru BK dapat memberikan teknik konseling behavioral, karena Konseling behavioral berorientasi pada pandangan ilmiah tentang tingkah laku manusia. Manusia pada dasarnya dibentuk dan ditentukan oleh lingkungan sosial budayanya. Skinner (dalam Gerald Corey, 2003:198), mengemukakan perilaku manusia didasarkan atas konsekuensi yang diterima. Apakah positif/diterima, maka individu akan meneruskan atau mengulangi tingkah lakunya, sebaliknya apabila perilaku mendapat ganjaran negatif (hukuman)/ditolak maka individu akan menghindari atau menghentikan tingkah lakunya, sehingga konseling behavioral tepat jika diberikan pada konseli yang memiliki perilaku *Celebrity Worship*.

Selanjutnya pembahasan ditinjau dari segi indikator, dalam *Celebrity Worship* terdapat 8 indikator yang mewakili ketiga level tersebut. Indikator-indikator yang didapatkan sesuai teori Maltby dkk (2007) yang didalamnya terdapat delapan indikator yang menggambarkan tiap level dalam *Celebrity Worship*, yaitu : (1) gemar menonton dan membaca berita terkait selebriti idola, (2) membicarakan selebriti idola, (3) kepercayaan memiliki hubungan pribadi

yang kuat terhadap selebriti idola, (4) memperlakukan selebriti sebagai belahan jiwa yang sempurna, (5) memiliki intensitas yang tinggi dalam memikirkan selebriti, (6) empati terhadap kesuksesan dan kegagalan selebriti, (7) mengidentifikasi selebriti secara berlebihan, (8) terobsesi terhadap selebriti secara detail. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden memiliki tingkat kategori sedang pada setiap indikatornya. Namun diantara kedelapan indikator tersebut terdapat dua indikator yang berada pada kategori tinggi, yaitu indikator gemar menonton atau membaca berita terkait selebriti idola dan indikator gemar membicarakan selebriti idola. Tingginya kedua indikator tersebut sesuai dengan tingginya level *Entertainment Social* yang telah dijelaskan sebelumnya, karena kedua indikator tersebut merupakan indikator dari level *Entertainment Social*. Penjelasan mengenai tingginya kedua indikator didukung oleh pendapat ahli yaitu ketertarikan subjek pada selebriti idola karena kemampuan mereka untuk menghibur dan menarik perhatian mereka yang digambarkan sebagai motivasi pencarian aktivitas penggemar terhadap selebriti idola, sehingga mereka cenderung memiliki kegemaran menonton, membaca berita terkait selebriti idola, dan membicarakan selebriti idola.

Selanjutnya pembahasan ditinjau dari segi jenis kelamin, terdapat perbedaan antara responden perempuan dan laki-laki. Pada setiap level responden perempuan mengungguli kategori tinggi dibandingkan responden laki-laki. Pada level *Entertainment Social* responden perempuan mendapatkan skor tingkat kategori tinggi sebesar 84% sedangkan laki-laki 71%, pada level *Intense Personal* responden perempuan mendapatkan skor tingkat kategori tinggi sebesar 22% sedangkan laki-laki 7%, dan pada level *Borderline Pathological* responden perempuan mendapatkan skor tingkat kategori tinggi

sebesar 5% sedangkan laki-laki 0%. Dari penjelasan tersebut terlihat bahwa responden perempuan mengungguli responden laki-laki dalam perilaku pengidolaan terhadap selebriti idola. Dalam penelitian ini selebriti yang dimaksud adalah selebriti Instagram, artinya hanya selebriti yang terkenal melalui media sosial instagram. Sehingga dalam hal ini peneliti menduga lebih tingginya perempuan dibandingkan laki-laki dikarenakan jumlah pengguna media sosial terutama instagram lebih didominasi oleh kaum perempuan. Hal ini didukung oleh peneliti lain yang mengatakan bahwa perempuan ditemukan lebih sering menggunakan media sosial untuk menciptakan suatu hubungan baru dan menciptakan komunikasi dengan orang lain (Mazman, 2011). Pendapat lainnya juga di kemukakan oleh Mc.Cuthceon, (2002) yang mengatakan bahwa perempuan lebih mungkin melakukan *Celebrity Worship* secara intens dibanding laki-laki. Hal ini dikarenakan Remaja perempuan Indonesia merupakan suatu subkultur yang kerap dijadikan subjek dalam content media massa seperti instagram. Keberadaan remaja perempuan selalu digambarkan sebagai sosok yang problematis. Artinya, kehidupan remaja selalu dikelilingi dengan permasalahan seputar kehidupan asmara, interaksi dengan lawan jenis, ataupun kehidupan keluarga persahabatan dan tokoh idola. Dengan demikian, instagram dan tokoh idola remaja telah menjadi salah satu alat yang mempengaruhi perkembangan identitas remaja yang sedang tumbuh khususnya remaja perempuan (Rafdeadi, 2015).

Selanjutnya pembahasan ditinjau dari segi usia, jika dilihat secara keseluruhan seluruh responden dalam penelitian berada pada rentang usia remaja pertengahan yaitu 14-18 tahun, menurut Havighurst pada usia ini remaja sedang menjalankan tugas perkembangannya, salah satunya adalah

menemukan manusia lain sebagai model yang dijadikan identitasnya. Remaja berupaya menemukan model yang bisa dijadikan panutan dalam pencarian identitas diri, karena apabila remaja gagal menemukan identitas maka mereka akan mengalami krisis identitas (Santrock, 2003). Sedangkan jika dilihat berdasarkan aspek perkembangan sosial kaum remaja lebih memilih teman sebaya dan tokoh idola dalam perkembangannya. Hubungan sosial ini menyangkut penyesuaian diri terhadap lingkungan seperti cara berpakaian, mentaati peraturan, membangun komitmen dengan lingkungan sekitar (Ali & Asrori, 2004). Sehingga banyaknya jumlah responden dengan kategori tinggi pada setiap level menunjukkan bahwa pengidolaan responden terhadap selebriti idola merupakan bentuk dari aspek dan tugas perkembangan remaja yaitu mengembangkan hubungan sosial dan pencarian *role model* dalam pembentukan identitas diri remaja.

Selanjutnya pembahasan ditinjau berdasarkan sejenis dan beda jenisnya memilih selebriti idola. Menurut para ahli dalam *Celebrity Worship* memungkinkan penggemar mengidolakan selebriti lawan jenis, artinya penggemar perempuan akan cenderung mengidolakan selebriti laki-laki, dan sebaliknya penggemar laki-laki cenderung mengidolakan idola perempuan. Namun hasil penelitian ini menemukan kebalikannya, mayoritas responden pada penelitian ini memilih selebriti sejenis sebagai selebriti idolanya. Peneliti menduga banyaknya jumlah selebriti sejenis sebagai pilihan selebriti idola, dikarenakan hal ini serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kara Chan (2011) pengidolaan remaja terhadap selebriti mengaitkan peran selebriti idola sebagai panutan dalam membentuk identitas diri, termasuk identitas peran gender, sehingga memungkinkan responden dalam penelitian ini lebih memilih

selebriti sejenis sebagai selebriti idolanya. Hal ini juga diperkuat mengingat dalam penelitian ini idola yang difokuskan adalah selebgram (selebriti instagram) yang mana salah satu faktor seseorang dapat dikatakan sebagai selebgram adalah keterampilannya dalam memadu padankan pakaian (Ariani&Trigartantri, 2016) sehingga hal ini juga memungkinkan responden dalam penelitian ini lebih memilih selebriti sejenis sebagai selebriti idolanya.. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Mustikaningrum dan Afifah mengungkapkan bahwa pengidolaan terhadap selebriti berdampak pada citra tubuh remaja. Sehingga pengidolaan tersebut dilakukan terhadap selebriti sejenis untuk dapat dijadikan salah satu faktor referensi bagi *fashion* dan pedoman dalam gambaran ideal bentuk tubuh remaja. Hal ini didukung oleh pendapat ahli yang mengungkapkan bahwa remaja akan mengikuti gaya penampilan maupun perilaku idolanya.

C. Keterbatasan dalam Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti sudah berusaha untuk memberikan hasil yang maksimal. Namun peneliti menyadari bahwa penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan dan kekurangan, anatara lain:

1. Survei ini hanya dilakukan di sekolah SMA SULUH Jakarta, sehingga tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh sekolah SMA yang memiliki perbedaan karakteristik dengan SMA Suluh Jakarta
2. Penelitian ini hanya difokuskan pada pengidolaan selebriti kalangan selebgram (Selebriti yang terkenal melalui Instagram), sehingga tidak dapat digeneralisasikan kepada pengidolaan selebriti pada selebriti umumnya
3. Responden penelitian ini hanya pada remaja yang berada pada usia remaja pertengahan, sehingga tidak dapat di generalisasikan kepada seluruh usia remaja

4. Keterbatasan dalam memperoleh referensi dan hasil penelitian mengenai variabel yang diteliti.