

**HUBUNGAN ANTARA *MEDIA MULTITASKING* DAN *SELF CONTROL* TERHADAP *CELEBRITY WORSHIP* PADA  
PENGGEAR K-POP DI KOTA MAKASSAR**



**DIAJUKAN OLEH :**

**SINAR**

**4519091080**

**SKRIPSI**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS BOSOWA MAKASSAR**

**2023**



**HUBUNGAN ANTARA *MEDIA MULTITASKING* DAN *SELF CONTROL* TERHADAP *CELEBRITY WORSHIP* PADA  
PENGGEMAR K-POP DI KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Bosowa Sebagai  
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)**

*Oleh :*

**SINAR**

**4519091080**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS BOSOWA MAKASSAR**

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**HUBUNGAN ANTARA *MEDIA MULTITAKING* DAN *SELF CONTROL*  
TERHADAP *CELEBRITY WORSHIP* PADA PENGGEMAR *K-POP* DI  
KOTA MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh:

**SINAR**

**NIM: 4519091080**

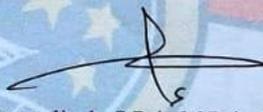
Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi  
Pada September 2023

**Menyetujui:**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
Tarmizi Thalib, S.Psi., M.A.  
NIDN: 0909049501

  
St. Syawaliyah, S.Psi., M.Psi., Psikolog  
NIDN: 0903078502

**Mengetahui:**

**Dekan  
Fakultas Psikologi**

**Ketua Program Studi  
Fakultas Psikologi**

  
Patmawaty Taibe, S.Psi., M.A., M.Sc., Ph. D.  
NIDN: 0921018302

  
A. Nur Aulia Saddi, S.Psi., M.Si.  
NIDN: 0908119001

**HALAMAN PERSETUJUAN HASIL PENELITIAN**

**HUBUNGAN ANTARA *MEDIA MULTITAKING* DAN *SELF CONTROL*  
TERHADAP *CELEBRITY WORSHIP* PADA PENGGEMAR *K-POP* DI  
KOTA MAKASSAR**

**Disusun dan diajukan oleh:**

**SINAR**

**4519091080**

Telah disetujui oleh pembimbing untuk dipertahankan dihadapan tim Penguji  
Ujian Hasil Penelitian Pada Fakultas Psikologi Universitas Bosowa Makassar  
Pada September tahun 2023

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
Tarmizi Thalib, S.Psi., M.A.  
NIDN: 0909049501

  
St. Syawaliyah, S.Psi., M.Psi., Psikolog  
NIDN: 0903078502

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Psikologi Universitas Bosowa Makassar**

  
Patmawaty Taibe, S.Psi., M.A., M.Sc., Ph. D.  
NIDN: 0921018302

## HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI HASIL PENELITIAN

Telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan tim Penguji Ujian Hasil Penelitian Pada Fakultas Psikologi Universitas Bosowa Makassar untuk dilaksanakan seminar ujian Hasil Penelitian sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program strata satu (S1) Psikologi terhadap atas nama:

Nama : Sinar  
NIM : 4519091080  
Program Studi : Psikologi  
Judul : Hubungan antara *Media Multitasking* dan *Self Control* terhadap *Celebrity Worship* pada Penggemar *K-pop* di Kota Makassar

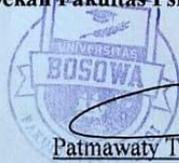
### Tim Penguji

### Tanda Tangan

1. Tarmizi Thalib, S.Psi., M.A. (.....)
2. St. Syawaliyah, S.Psi., M.Psi., Psikolog (.....)
3. Andi Muhammad Aditya, S.Psi., M.Psi., Psikolog (.....)
4. Naftalen Koanda, S.Psi., M.Psi., Psikolog (.....)

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Psikologi Universitas Bosowa Makassar**



Patmawaty Taibe, S.Psi., M.A., M.Sc., Ph. D.  
NIDN: 0921018302

## PERSYARATAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Hubungan Antara *Media Multitasking* dan *Self Control* Terhadap *Celebrity Worship* pada Penggemar *K-pop* Di Kota Makassar” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya dari peneliti sendiri bukan hasil plagiat. Peneliti siap menanggung resiko /sanksi apabila ternyata ditemukan adanya perbuatan tercela yang melanggar etika keilmuan dalam karya yang telah peneliti buat, termasuk adanya klaim dari pihak terhadap keaslian penelitian ini.

Makassar, 22 Agustus 2023



Sinar  
NIM 4519091080

## PERSEMBAHAN

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, *Bismillahirrahmanirrahim* skripsi ini saya persembahkan untuk:

Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Kedua orang tua saya yang selalu melangitkan doa-doa baik dan memberikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mengantarkan saya sampai ditempat ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk bapak dan ibu.

Diri saya sendiri, karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri walaupun banyak tekanan dari luar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.

Bapak dan Ibu Dosen yang telah membimbing dan mengarahkan saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Sahabat dan teman-teman saya yang telah menemani dalam suka maupun duka. Terima kasih atas segala waktu, usaha dan dukungan yang telah diberikan.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat menjadi wawasan dan manfaat untuk orang lain. Aamiin.

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

~Surah Al-Baqarah: 286~

*Belief in yourself is the main secret of success*

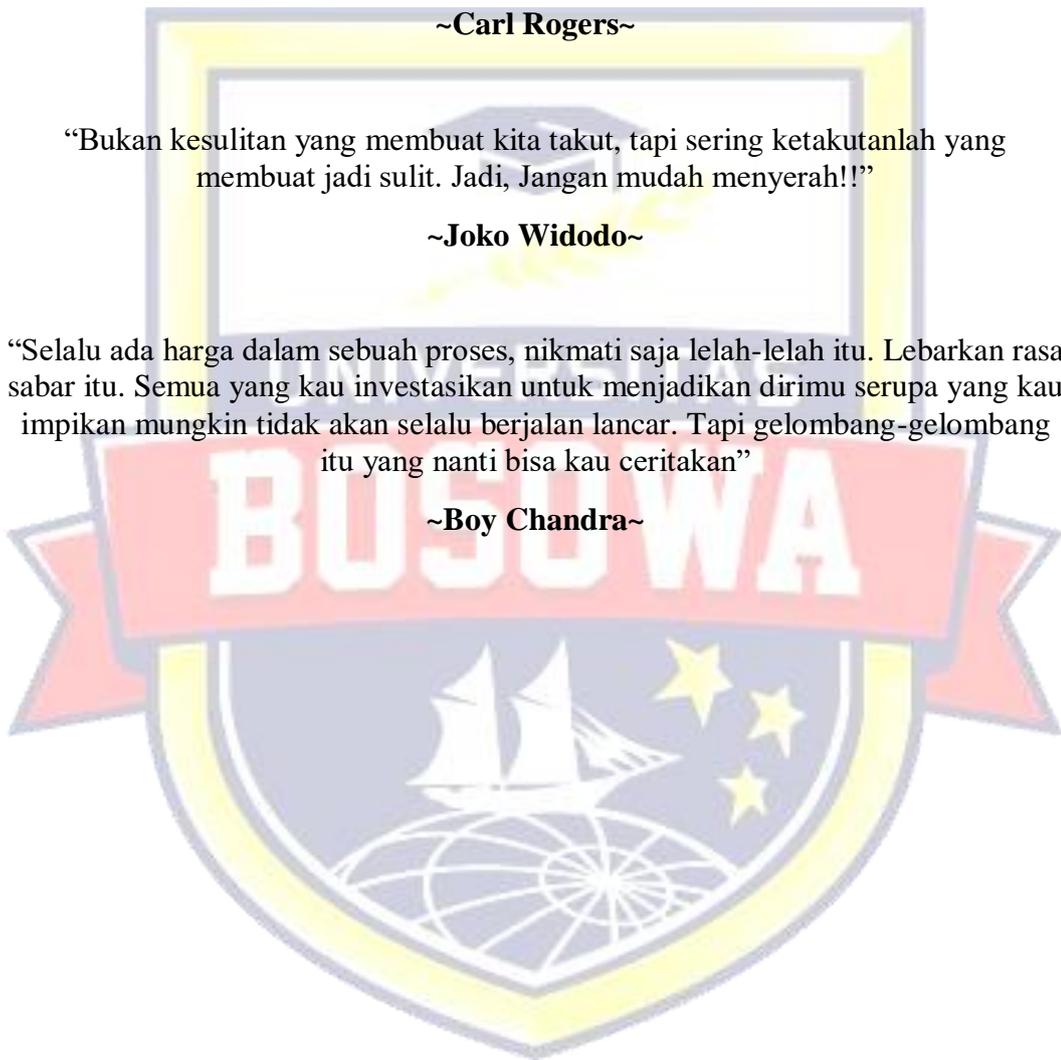
~Carl Rogers~

“Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi sering ketakutanlah yang membuat jadi sulit. Jadi, Jangan mudah menyerah!!”

~Joko Widodo~

“Selalu ada harga dalam sebuah proses, nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

~Boy Chandra~



## ABSTRAK

# HUBUNGAN ANTARA *MEDIA MULTITASKING* DAN *SELF CONTROL* TERHADAP *CELEBRITY WORSHIP* PADA PENGGEMAR K-POP DI KOTA MAKASSAR

Sinar

4519091080

Fakultas Psikologi Universitas Bosowa Makassar  
[sinarisran01@gmail.com](mailto:sinarisran01@gmail.com)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *media multitasking* dan *self control* terhadap *celebrity worship* pada penggemar K-pop di Kota Makassar. Penelitian ini dilakukan terhadap 467 penggemar K-pop di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan tiga alat ukur yakni, *Celebrity Attitude Scale* yang diadaptasi oleh Aini (2019) untuk mengukur *celebrity worship*, *media-use questionnaire* yang dimodifikasi oleh Thalib (2019) untuk mengukur *media multitasking* dan skala *self control* yang diadaptasi oleh khairunnisa (2019). Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode korelasi. Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan hubungan yang tidak signifikan antara *media multitasking* dan *self control* terhadap *celebrity worship*. Namun, *self control* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *media multitasking* dengan nilai  $r = 0,124$ ,  $p = 0,007 < 0,05$ . Sehingga, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara *self control* dan *media multitasking*.

Kata Kunci: *Celebrity Worship*, *Media Multitasking*, *Self Control*, Penggemar K-pop

## ABSTRACT

### ***THE RELATIONSHIP BETWEEN MEDIA MULTITASKING AND SELF CONTROL TOWARDS CELEBRITY WORSHIP AMONG K-POP FANS IN MAKASSAR CITY***

**Sinar**

**4519091080**

**Faculty of Psychology, Bosowa University, Makassar**

**[sinarisran01@gmail.com](mailto:sinarisran01@gmail.com)**

This research aims to find out whether there is a relationship between media multitasking and self-control on celebrity worship among K-pop fans in Makassar City. This research was conducted on 467 K-pop fans in Makassar City. This research uses three measuring tools, namely, the Celebrity Attitude Scale adapted by Aini (2019) to measure celebrity worship, the media-use questionnaire modified by Thalib (2019) to measure media multitasking and the self-control scale adapted by Khairunnisa (2019). This research was analyzed using the correlation method. The analysis results obtained show an insignificant relationship between media multitasking and self-control on celebrity worship. However, self-control has a significant relationship with media multitasking with a value of  $r = 0.124$ ,  $p = 0.007 < 0.05$ . So, it can be concluded that there is a positive and significant relationship between self-control and media multitasking

Keywords: Celebrity Worship, Media Multitasking, Self Control, K-pop Fans

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Panyayang, penulis panjatkan puji syukur atas kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Hubungan Antara *Media Multitasking* dan *Self Control* Terhadap *Celebrity Worship* pada Penggemar K-pop Di Kota Makassar sebagai syarat tugas akhir untuk menyelesaikan program studi sarjana Psikologi.

Peneliti tentunya menyadari bahwa skripsi yang telah dibuat ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, untuk itu segala saran dan kritik yang membangun peneliti akan terima dengan senang hati. Proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai masukan dan dukungan yang diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam hal ini peneliti ingin berterima kasih kepada berbagai pihak yang terlibat selama masa pengerjaan penelitian skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang tiada hentinya menunjukkan kemurahan hati-Nya kepada penulis dengan memberikan kesehatan, rezeki, kelancaran, dan kemudahan selama proses penulisan skripsi berlangsung. Bahwa, memanglah betul, di balik kesusahan pasti akan ada kemudahan.
2. Kepada orang tua yang telah membesarkan dan mendidik peneliti dengan kasih sayang, juga memberikan peneliti dukungan moral dan materil sehingga peneliti mampu untuk menyelesaikan skripsi ini.

3. Kepada ketigis kakak peneliti yang telah memberikan peneliti dukungan secara moral dan materil dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada St Syawaliyah G., S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku penasihat akademik yang telah memberi banyak saran dan masukan yang sangat berharga bagi peneliti selama empat tahun berada di Universitas Bosowa.
5. Kepada Bapak Tarmizi S.Psi., M.A selaku dosen pembimbing I yang sangat berjasa dari awal hingga selesainya penelitian yang dikerjakan oleh peneliti, dan yang bersedia meyempatkan waktu untuk membimbing serta menjadi tempat berdiskusi bagi peneliti.
6. Kepada Ibu St Syawaliyah G, S.Psi., M.Psi., Psikolog, selaku dosen pembimbing II yang sangat berjasa dari awal hingga akhir dan telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing dan mengarahkan peneliti sehingga peneliti mampu meyelesaikan skripsi.
7. Terimakasih kepada Bapak Andi M. Aditya., S.Psi., M.Psi., Psikolog dosen penguji I dan Bapak Musawwir, S.Psi., M.Pd dan Nafalen Koanda, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku dosen penguji II yang telah meluangkan waktu untuk memberi saran serta masukan dalam perbaikan skripsi peneliti.
8. Kepada anggota grup Badai Pasti berlalu : Reni, Nopri, Silva, Rara, Nabila, Mira, Raisa yang telah bersama-sama berjuang mulai dari awal perkuliahan hingga berjuang bersama-sama dalam pengerjaan skripsi. Terima kasih karena

telah selalu hadir untuk memberikan dukungan, masukan selama empat tahun perkuliahan

9. Saudari Noprianti yang telah menjadi *support system* penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi. Terima kasih menjadi teman yang selalu mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan, semangat, tenaga dan pikiran.
10. Saudari Isranada Fauzia, terima kasih telah menemani saat pengerjaan skripsi dan memberikan semangat kepada peneliti.
11. Kepada seluruh pihak yang peneliti tidak bisa sebutkan namanya satu-persatu karena telah membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi, terlebih lagi kepada para responden yang telah membantu peneliti dalam proses pengambilan data penelitian.
12. Terakhir, apresiasi yang sebesar-besarnya kepada diri sendiri yang telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan, *U do ur best!*

Demikianlah peneliti sampaikan, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua

Makassar, 22 Agustus 2023



Sinar  
NIM 4519091080

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN HASIL PENELITIAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI HASIL PENELITIAN</b> .....	iv
<b>PERSYARATAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	19
1.1 <i>Celebrity Worship</i> .....	19
1.1.1 Definisi <i>Celebrity Worship</i> .....	19
1.1.2 Aspek-aspek <i>Celebrity Worship</i> .....	21
1.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Celebrity Worship</i> .....	25
1.1.4 Dampak <i>Celebrity Worship</i> .....	28
1.1.5 Pengukuran <i>Celebrity Worship</i> .....	29
1.2 <i>Media Multitasking</i> .....	30
1.2.1 Definisi <i>Media Mutitasking</i> .....	30
1.2.2 Karakteristik <i>Media Mutitasking</i> .....	33
1.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Media Multitasking</i> .....	35
1.2.4 Dampak <i>Media Mutitasking</i> .....	37

1.2.5	Pengukuran <i>Media Mutitasking</i> .....	40
1.3	<i>Self Control</i> .....	41
1.3.1	Definisi <i>Self control</i> ... ..	41
1.3.2	Aspek-aspek <i>Self Control</i> .....	43
1.3.3	Faktor Yang Mempengaruhi <i>Self Control</i> .....	46
1.3.4	Dampak <i>Self Control</i> .....	47
1.3.5	Pengukuran <i>Self Control</i> .....	48
1.4	Gambaran Subjek. ....	49
1.4.1	Penggemar K-POP .....	49
1.4.2	Dewasa Awal.....	51
1.5	Hubungan <i>Media Multitasking, Self Control</i> dan <i>Celebrity Worship</i> .....	52
1.6	Kerangka Berpikir .....	57
1.7	Hipotesis .....	58
1.7.1	Definisi <i>Self control</i> ... ..	41
1.7.2	Aspek-aspek <i>Self Control</i> .....	43
1.7.3	Faktor Yang Mempengaruhi <i>Self Control</i> .....	46
1.7.4	Dampak <i>Self Control</i> .....	47
1.7.5	Pengukuran <i>Self Control</i> .....	48
1.8	Gambaran Subjek. ....	49
1.8.1	Penggemar K-POP .....	49
1.8.2	Dewasa Awal.....	51
1.9	Hubungan <i>Media Multitasking, Self Control</i> dan <i>Celebrity Worship</i> .....	52
1.10	Kerangka Berpikir .....	57
1.11	Hipotesis .....	58
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>59</b>
3.1	Pendekatan Penelitian.....	59
3.2	Variabel Penelitian .....	59
3.3	Definisi Variabel .....	61

3.3.1	Definisi Konseptual.....	61
3.3.2	Definisi Operasional .....	62
3.4	Populasi dan sampel .....	63
3.4.1	Populasi .....	63
3.4.2	Sampel.....	64
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.5.1	<i>Celebrity Worship</i> .....	66
3.5.2	<i>Media multitasking</i> .....	67
3.5.3	<i>Self Control</i> .....	68
3.6	Uji Instrumen .....	69
3.6.1	Alat Ukur Siap Sebar .....	69
3.6.2	Uji Validitas.....	70
3.6.3	Reliabilitas.....	72
3.7	Teknik Analisis Data .....	72
3.7.1	Analisis Data Deskriptif .....	72
3.7.2	Uji Asumsi.....	73
3.7.3	Uji Hipotesis .....	74
3.8	Jadwal Penelitian.....	75
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>76</b>
4.1	Hasil Analisis .....	76
4.1.1	Analisis Deskriptif Berdasarkan Demografi .....	76
4.1.2	Analisis Variabel Berdasarkan Demografi.....	80
4.1.3	Deskriptif Variabel Penelitian Berdasarkan Berdasarkan Demografi .....	85
4.2	Hasil Uji Asumsi .....	90
4.2.1	Hasil Analisis Uji Normalitas.....	90
4.2.2	Hasil Analisis Uji Linearitas .....	91
4.2.3	Hasil Uji Hipotesis.....	93
4.3	Pembahasan.....	96
4.3.1	Gambaran <i>Celebrity Worship</i> pada penggemar K-pop di Kota Makassar .....	96

4.3.2	Gambaran <i>Media Multitasking</i> pada penggemar K-pop di Kota Makassar .....	100
4.3.3	Gambaran <i>Self Control</i> pada penggemar K-pop di Kota Makassar.....	103
4.3.4	Hubungan antara <i>Media Multitasking</i> dan <i>Celebrity Worship</i> pada penggemar K-pop di Kota Makassar .....	106
4.3.5	Hubungan antara <i>Self Control</i> dan <i>Celebrity Worship</i> pada penggemar K-pop di Kota Makassar .....	110
4.3.6	Hubungan antara <i>Media Multitasking</i> dan <i>Self Control</i> pada penggemar K-pop di Kota Makassar .....	113
4.4	Limitasi Penelitian.....	117
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....		119
5.1	Kesimpulan .....	119
5.2	Saran .....	119
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		121
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....		130



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Blue Print Skala <i>Celebrity Worship</i> .....	67
Tabel 3.2 Blue Print Skala <i>Self Control</i> .....	69
Tabel 3.3 Blue Print Skala <i>Self Control</i> Setelah Uji Coba.....	71
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Celebrity Worship, Media Multitasking</i> dan <i>Self Control</i> .....	72
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian.....	75
Tabel 4.1 Batas Kategori.....	80
Tabel 4.2 Hasil Analisis Data Empirik Variabel <i>Celebrity Worship</i> .....	81
Tabel 4.3 Hasil Kategorisasi Skor Tingkatan <i>Celebrity Worship</i> .....	81
Tabel 4.4 Hasil Analisis Data Empirik Variabel <i>Media Multitasking</i> .....	82
Tabel 4.5 Hasil Kategorisasi Skor Tingkatan <i>Media Multitasking</i> .....	83
Tabel 4.6 Hasil Analisis Data Empirik Variabel <i>Self Control</i> .....	83
Tabel 4.7 Hasil Kategorisasi Skor Tingkatan <i>Self Control</i> .....	84
Tabel 4.8 Deskriptif <i>Celebrity Worship</i> Berdasarkan Demografi .....	85
Tabel 4.9 Deskriptif <i>Media Multitasking</i> Berdasarkan Demografi .....	87
Tabel 4.10 Deskriptif <i>Self Control</i> Berdasarkan Demografi.....	88
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	91
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas .....	92
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis <i>Celebrity Worship</i> dan <i>Media Multitasking</i> ...	94
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis <i>Celebrity Worship</i> dan <i>Self Control</i> .....	95
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis <i>Media Multitasking</i> dan <i>Self Control</i> .....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	57
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia .....	77
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	78
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Profesi.....	78
Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan <i>Fandom</i> .....	79
Gambar 4.6 Diagram Responden Berdasarkan Lama menjadi <i>K-popers</i> .....	80



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Skala Penelitian.....	131
Lampiran 2 : Tabulasi Data.....	147
Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	171
Lampiran 4 : Hasil Analisis Berdasarkan Demografi.....	176
Lampiran 5 : Kategorisasi Variabel Berdasarkan Tingkat Skor.....	179
Lampiran 6 : Kategorisasi Variabel Berdasarkan Demografi.....	181
Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi.....	188
Lampiran 8 : Hasil Uji Hipotesis.....	191



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Setiap manusia pasti akan mengalami masa perkembangan secara bertahap. Salah satu perkembangan dalam diri individu adalah masa dewasa, yang terbagi menjadi 3 bagian yakni dewasa awal, dewasa menengah dan dewasa akhir. Setiap masa perkembangan tersebut individu diwajibkan menyelesaikan tugas perkembangannya. Dalam menghadapi kehidupan, sangat penting bagi orang dewasa awal untuk menyelesaikan tugas-tugas perkembangan untuk menghindari hambatan dalam kehidupan sehari-hari yang dapat membatasi potensi mereka untuk berkembang lebih jauh.

Dewasa awal merupakan masa transisi remaja menuju masa dewasa. Pada masa ini individu yang awalnya bergantung menjadi mandiri baik dari segi ekonomi, kebebasan menentukan nasib sendiri dan pandangan masa depan yang lebih realistis. Masa dewasa awal, digambarkan oleh Santrock (2011) sebagai periode antara usia 18 dan 25 tahun ketika seseorang sudah mulai dewasa. Periode waktu ini ditandai dengan eksperimen dan eksplorasi, serta mereka cenderung masih mempertimbangkan pilihan karir mereka. Individu dewasa awal akan memutuskan apa yang ingin mereka lakukan dengan hidup mereka dan apakah mereka ingin hidup sendiri, hidup dengan orang lain, atau menikah.

Pada dewasa awal sangat perlu dan penting dalam menyelesaikan tugas perkembangannya, sehingga dalam menjalani kehidupan tidak akan

mengalami masalah pada masa perkembangan selanjutnya. Hurlock (2009) membagi tugas-tugas formatif masa dewasa awal misalnya, menemukan pekerjaan baru, memilih jodoh, mencari tahu bagaimana hidup dengan pasangan yang membentuk keluarga, membesarkan anak, mengurus keluarga, menerima tanggung jawab sebagai warga, dan bergabung dalam kelompok sosial. Santrock (2002) mengungkapkan bahwa pada masa dewasa awal, umumnya akan memiliki waktu yang singkat untuk melakukan aktivitas lain selain bekerja dan berhubungan dengan lawan jenis.

Namun, justru sebaliknya dimana hasil survey IDN Times (2019), menemukan bahwa 40,7% penggemar K-Pop di Indonesia berusia antara 20 hingga 25 tahun dengan persentase 38,1% berusia antara 15 dan 20 dengan persentase 11,9%, berusia di atas 25 tahun, dan jumlah terkecil dengan persentase 9,3% adalah mereka yang berusia antara 10 dan 15 tahun. Seperti yang kita lihat data tersebut menunjukkan orang dewasa memiliki lebih banyak waktu untuk melakukan kegiatan mengidolakan selebriti yang biasa kita sebut *celebrity worship*.

Maltby, Houran, dan McCutcheon (2003) mendefinisikan *celebrity worship* adalah hubungan parasosial yang tidak biasa di mana orang dianggap sangat terpaku pada setidaknya satu selebriti atau lebih. Hubungan parasosial itu sendiri merupakan hubungan khayalan antara penggemar kepada selebriti idolanya yang bersifat satu arah. Maltby, Houran, dan McCutcheon, (2003) mengatakan bahwa *celebrity worship* dipengaruhi oleh kecenderungan seperti melihat, mendengar, membaca, dan mencari tahu tentang kehidupan idola

secara berlebihan untuk menimbulkan simpati, identifikasi, obsesi, dan asosiasi yang menimbulkan konformitas. Ada tiga aspek dalam *celebrity worship*, yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological*

Aspek pertama dalam *celebrity worship* adalah *entertainment-social*, yang dipengaruhi oleh sikap dan tindakan sang idola. Sebagai contoh penggemar yang menyukai idola karena mereka memiliki suara yang merdu dan pandai dalam hal *dance*, punya kemampuan berbahasa asing, punya keterampilan berbicara di depan umum yang baik, serta lucu yang membuat mereka tertarik untuk mengidolakan selebriti tersebut (Maltby et al., 2003). Pada tahap ini, penggemar hanya sekedar mengidolakan mereka sebagai hiburan saja. Seperti mendengarkan lagu atau *music video* (MV) untuk mengembalikan suasana hati mereka, atau menonton film, drama, dan sebuah *variety show* di mana sang idola berperan dalam acara tersebut.

Aspek kedua yakni *intense-personal*, pada tahap ini dianggap bahwa penggemar memiliki perasaan yang kuat dan kompulsif terhadap selebriti yang sifatnya hampir obsesif. Pada tahap ini, penggemar memiliki sentimen yang lebih kuat untuk idola mereka dan sering berfantasi tentang kehidupan pribadi idola misalnya menjadi belahan jiwa idola atau memiliki hubungan pribadi dengan idola. Penggemar percaya bahwa mengetahui informasi apa pun tentang idolanya, termasuk informasi pribadi, adalah penting. Penggemar memiliki rasa empati yang kuat terhadap idola mereka, membuat mereka merasa seolah-olah mengalami perasaan yang sama dengan idolanya.

Aspek ketiga yakni, *borderline-patologi*, pada tingkat ini menunjukkan perspektif, misalnya bersedia melakukan apa saja untuk idola mereka, pemikiran yang tidak terkendali, memiliki obsesi yang sangat tinggi dan mendetail pada kehidupan idolanya, serta percaya bahwa hanya dirinya dan idolanya yang mengetahuinya. Keyakinan ini dapat menimbulkan yang dapat merusak perkembangan psikologis mereka (Sheridan, North, Maltby dan Gillet, 2007). Tingkat *borderline-patologi*, digambarkan sebagai perilaku berlebihan terhadap idola mereka seperti memberikan komentar yang mengancam melalui sosial media.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maulida et al., (2021) terkait tingkat *celebrity worship* pada komunitas penggemar K-pop di Aceh menunjukkan berbagai tingkatan *celebrity worship* di kedua komunitas yakni pada tingkat *celebrity worship* yang tinggi (*borderline-pathological*) memperoleh persentase sebesar 34,2%, pada tingkat *celebrity worship* yang sedang (*intense-personal*) memperoleh persentase sebesar 33,9%, dan pada tingkat *celebrity worship* yang rendah (*entertainment-social*) memperoleh persentase sebesar 31,9%.

Aktivitas *celebrity worship* membawa pengaruh positif saat yang dirasakan oleh penggemar merasa bahagia, riang dan optimis. Serupa dengan temuan penelitian Darfiyanti dan Putra (2018), menyatakan bahwa hanya idola yang bisa menjadi sumber kegembiraan dan semangat. Penelitian oleh Benu et al. (2019) juga menunjukkan efek menguntungkan dari *celebrity worship* yakni para penggemar menyatakan bahwa mereka memperoleh hubungan sosial yang positif dengan penggemar K-pop lainnya.

Maryam (2016) menyebutkan *celebrity worship* berdampak negatif pada kesehatan mental jika dilakukan secara berlebihan, seperti penurunan harga diri, kecemasan, *stalking*, serta perilaku ekstrem lainnya. Penelitian kualitatif yang dilakukan oleh Benu, Takalapeta, dan Nabit (2019) menjelaskan bahwa aktivitas mengidolakan selebriti yang mengarah pada *celebrity worship* berdampak pada penggemar, di mana penggemar akan menghabiskan lebih banyak waktu untuk menonton video atau mencari berita terbaru tentang idol yang mereka sukai, sehingga akan membuat waktu belajar mereka terbuang dan terganggu.

Zaman dulu para penggemar K-pop sangat sulit mendapatkan informasi mengenai idola mereka. Para penggemar rela bolak-balik ke warnet hanya untuk menonton MV terbaru idola mereka. Adapun penyebaran konten K-pop masih sangat terbatas. Penggemar K-pop zaman dulu hanya bermodalkan surat kabar atau majalah/*tabloid*, dan radio untuk mengetahui *update* berita terbaru mengenai idolanya. Tak lupa penggemar akan membeli poster sebanyak mungkin untuk dipajang dikamar dan akan terus membeli sampai mereka merasa puas. Dibanding zaman sekarang ini yang telah memasuki era 4.0 dan 5.0, para Penggemar K-pop sekarang lebih banyak menggunakan internet, berbagai *platform* media sosial dan media lainnya untuk mendukung aktivitas seperti pemujaan selebriti.

Penggemar K-pop secara aktif mencari berita atau informasi melalui media *online* terkait keberadaan idola, *fashion*, kehidupan asmara dan jadwal kegiatan selebriti idolanya. Perubahan teknologi mengakibatkan adanya perubahan dan munculnya perilaku individu yang memungkinkan melakukan

aktivitas menggunakan media secara bersamaan (Circella, dkk., 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Akhmad, Unde & Cangara (2018) di Makassar menunjukkan hasil bahwa penggemar K-Pop di Makassar memanfaatkan jejaring sosial untuk mencari informasi, video dan drama idolanya yang menunjukkan adanya keterkaitan penggunaan media sosial dengan fanatisme penggemar K-Pop yang menunjukkan media sosial menjadi jembatan bagi penggemar untuk memenuhi kebutuhan fanatisnya.

Penggunaan media sosial oleh penggemar K-pop Kota Makassar untuk mendapatkan informasi tentang budaya Korea lebih besar dibandingkan televisi. Mayoritas peminat K-pop di Makassar menyukai drama dan *variety show* Korea Selatan setelah menikmati musik pop Korea. Mereka juga berburu artikel, film, dan acara televisi yang dibintangi idola kesayangannya. Situs media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Youtube*, dan *TikTok* digunakan oleh para penggemar K-pop di Makassar. Selama kegiatan pengidolaan ini mereka menghabiskan lebih banyak waktu menggunakan *smartphone* dan komputer untuk mendapatkan konten K-pop. Di Makassar, pecinta K-pop menggunakan berbagai situs media sosial ini untuk berkomunikasi dengan penggemar K-pop lainnya; percakapan mereka hanya seputar topik yang sama yakni berkaitan dengan idolanya.

Penggemar K-pop di Makassar juga memanfaatkan media sosial untuk mendukung idola mereka dengan memberikan suara setiap kali idola mereka menjadi nominasi untuk acara penghargaan. Ini dilakukan karena kesetiaan kepada idola mereka. Saat idola yang mereka dukung menang di acara penghargaan, para penggemar ini mengaku senang dan merasa bangga.

Hasil data Hootsuite yang diterbitkan oleh Kemp (2019) menunjukkan bahwa pengguna digital di Indonesia berada pada level tertinggi. Terdapat 355,5 juta pengguna kartu ponsel aktif atau 133% dari total penduduk Indonesia. Sekitar 150 juta menggunakan internet, sekitar 130 juta adalah pengguna *mobile social media users* dan 150 juta orang aktif menggunakan media sosial. Dari jumlah pengguna media tersebut dapat dilihat frekuensi penggunaannya dalam kurun waktu tertentu.

Data sebelumnya juga ditemukan penggunaan internet melalui perangkat apapun rata-rata menghabiskan waktu 8 jam 36 menit, intensitas mereka menggunakan media sosial sekitar 3 jam 26 menit. Mereka juga menonton TV, baik video *streaming* maupun *video on demand* selama kurang lebih 2 jam 52 menit. Perilaku mendengarkan musik sekitar 1 jam 22 menit. Jika dijumlahkan maka, pengguna media di Indonesia menghabiskan waktu sekitar 16 jam lebih dalam sehari. Tidak menutup kemungkinan, mereka menggunakan media tersebut secara bersamaan bila disandingkan dengan berbagai aktivitas yang dilakukan.

Clapp & Gazzaley (2012) mengatakan perilaku yang berusaha mencapai tujuan ketika ada tujuan lain secara bersamaan disebut *multitasking*. Secara spesifik terdapat istilah *multitasking* yang berfokus pada penggunaan teknologi yang biasa disebut *media multitasking*. Lang dan Chrzan (2015) menyatakan bahwa *media multitasking* dapat didefinisikan sebagai situasi ketika seseorang melakukan dua tugas secara bersamaan, dimana salah satunya melibatkan penggunaan media. Lee, Lin, dan Robertson (2012) *media*

*multitasking* adalah saat dua tugas media diselesaikan secara bersamaan. Berdasarkan definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *media multitasking* merupakan situasi ketika individu melakukan dua tugas atau lebih dengan menggunakan media dalam periode yang sama, baik dari satu penggunaan media ataupun lebih dari itu.

Perilaku media *multitasking* terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu *heavy media multitaskers* (HMM), *average media multitaskers* (AMM) dan *light media multitaskers* (LMM) (Murphy, McLauchlan, & Lee, 2017). HMM adalah individu yang memiliki perilaku *multitasking* media yang berat. LMM adalah individu yang berada pada perilaku *multitasking* media kategori ringan. Sedangkan AMM adalah individu yang memiliki perilaku *multitasking* media, tetapi termasuk kategori yang normal. Sebagian besar penelitian *multitasking* media berfokus pada perbandingan efek HMM dan LMM dalam mengukur pengaruhnya terhadap aspek kognitif, afektif dan konatif seseorang. Hal ini karena keduanya memiliki perbedaan yang cukup kontras dalam menggambarkan pengaruh *multitasking* media.

Pada kalangan dewasa muda perilaku *multitasking* media sepertinya bukan lagi kegiatan yang sulit dicari dalam kehidupan sehari-hari. Disebabkan oleh pesatnya teknologi digital, sehingga membuat perilaku seperti ini menjadi perilaku yang umum. Adapun perilaku tersebut dalam bidang akademik sangat menonjol. Penelitian Junco dan Cotten (2011) hampir 3000 siswa di empat institusi menunjukkan 97% dari mereka menggunakan komputer sambil

membalas pesan dan 93% melakukan panggilan, menonton TV dan melakukan aktivitas lain sambil membalas pesan di komputer.

Terdapat beberapa penelitian tentang *media multitasking*. Pengaruh *media multitasking* terhadap kemampuan siswa untuk fokus telah dipelajari oleh Levine, Waite, dan Bowman (2007). Hasil penelitian mereka mengungkapkan bahwa aktivitas melakukan banyak tugas dapat mempengaruhi kemampuan mereka untuk berkonsentrasi secara mendalam pada tugas tersebut. *Multitasking* dapat membuat otak siswa bekerja terlalu keras, sehingga sulit bagi mereka untuk fokus pada tujuan mereka bahkan ketika mereka menginginkannya.

Sementara itu, Becker, Alzahabi, dan Hopwood (2013) meneliti hubungan antara perilaku *multitasking* media dan kesehatan mental. Mereka memperkirakan bahwa adanya perilaku *media multitasking* dan perilaku disfungsional psikososial pada kepribadian *neuroticism* dan *extraversion* dapat meningkatkan faktor risiko masalah kesehatan. Mereka yang cemas atau tertekan secara sosial mungkin menggunakan *media multitasking* sebagai bentuk pengalihan dari emosi negatif yang mereka alami. Penelitian ini menjadikan *media multitasking* sebagai prediktor unik. Namun, hasil menunjukkan bahwa *media multitasking* tidak mampu menjadi prediktor *neuroticism* dan kepribadian *extraversion* pada kesehatan mental seseorang (Becker, Langberg & Byars, 2013).

Beberapa aktivitas *browsing* di internet mulai sangat sulit mengingat waktu dan kondisi personal (Byington & Schwebel, 2013). Penggunaan media sudah

menjadi gaya hidup dan kebutuhan primer yang harus segera dipenuhi. Beberapa menit setelah bangun dari tidur, sebagian orang akan membuka ponselnya. Begitu juga sebelum tidur, mereka akan membuka alat komunikasi untuk mencari informasi dan aktif di media sosial (Ganda, 2016). Beberapa dari mereka bahkan begadang hanya untuk aktif di media sosial. Aktivitas seperti ini memengaruhi jam tidur mereka secara khusus.

Pada aktivitas mengidolakan selebriti, tentunya tidak akan lepas dari penggunaan media teknologi digital. Beberapa teknologi digital yang digunakan oleh hampir seluruh penggemar agar lebih dekat dengan idolanya dan dapat menimbulkan dampak negatif. Penelitian yang dilakukan oleh (Reyes et al., 2021) pada subjek pemuda Filipina yang menyatakan bahwa *celebrity worship* dapat meningkatkan risiko kecanduan media sosial dan menemukan bahwa *celebrity worship* adalah prediktor kuat penggunaan media sosial. Penelitian terkait hubungan antara *celebrity worship* dan motif orang menonton televisi (Martin et al., 2015) hasil yang diperoleh mengidentifikasi hubungan yang relatif kuat antara *celebrity worship* dan motif orang menonton televisi. Semakin sering orang menonton televisi, untuk hampir semua alasan, semakin kuat tingkat pengidolaan selebriti mereka. Penelitian-penelitian yang telah dijelaskan di atas membuat peneliti tertarik mengetahui apakah terdapat hubungan *media multitasking* dengan *celebrity worship*.

Penelitian mengenai hubungan *media multitasking* dengan *celebrity worship* belum pernah diteliti sebelumnya. Namun, terdapat penelitian yang mengindikasikan bahwa terdapat hubungan antara keduanya. Dalam studi pengambilan sampel pengalaman longitudinal pada aktivitas sehari-hari

mahasiswa selama sebulan, Wang dan Tchernev (2012) menemukan bahwa siswa mengorbankan kinerja pada tugas-tugas kognitif untuk keuntungan emosional dan hiburan dengan terlibat dalam aktivitas *multitasking* media. Lebih khusus lagi, terlepas dari motivasi kognitif yang dinyatakan siswa, secara tidak disadari kebutuhan emosional dan hiburan itu dipuaskan oleh *multitasking* media.

Hal tersebut berkaitan dengan aspek pertama dari *celebrity worship* yakni hiburan sosial atau *entertainment social*. Pada aspek tersebut penggemar memiliki motivasi itu mendasari pencarian aktif selebriti atau idola yang mereka sukai. Pada tahapan ini, penggemar sangat ingin mempelajari lebih lanjut tentang idola mereka. Penggemar K-pop akan mencari tentang idola favorit mereka di situs media sosial seperti *Twitter*, *Snapchat*, dan *Instagram* serta melalui media cetak seperti majalah remaja (Maltbhy et al., 2003). Saat sekarang ini penggemar K-pop sekarang lebih banyak menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan idolanya.

Situs jejaring sosial sering digunakan dalam *multitasking* media (Zhong et al., 2011), dan *smartphone* adalah perangkat dominan untuk penggunaan media sosial (Bolton, 2015). Semakin banyak individu menggunakan media sosial, semakin besar kemungkinan mereka akan sangat terlibat dengan media sosial selama menonton TV, terutama ketika mereka kehilangan minat terhadap program TV (Holz, Bentley, Church, & Patel, 2015). Perangkat seluler terutama digunakan untuk melakukan pencarian cepat untuk informasi dan aktivitas jejaring sosial selama *multitasking* TV dan *smartphone* (Courtois

& D'heer, 2012). Meskipun *multitasking* dengan tugas-tugas non-media (misalnya mengerjakan pekerjaan rumah) dapat menurunkan efisiensi kerja, hal itu meningkatkan emosi dan kesenangan positif (Wang, Irwin, Cooper, & Srivastava, 2015; Wang & Tchernev, 2012).

Teknologi digital seperti media sosial, *smartphone*, dan tablet memberikan kesempatan untuk memeriksa apa lagi yang mungkin terlewatkan, memperkuat ketergantungan pada komunikasi yang dimediasi (Conlin, Billings, & Averset, 2016). Tekanan sosial yang dirasakan, ketakutan kehilangan informasi dan interaksi sosial adalah pendorong utama beban komunikasi dan *multitasking* internet (Reinecke et al., 2017). Beberapa penggemar terlihat takut ketinggalan berita terkait idola mereka. Dimana penggemar K-pop cenderung menggunakan *smartphone* secara bersamaan juga menonton TV untuk mencari tahu terkait idola. Secara khusus, upaya penonton untuk menggunakan *smartphone* selama menonton TV sebagai bentuk untuk mendapatkan informasi terbaru, yang kemudian memicu penggunaan media sosial, *game*, atau keterlibatan *APP* lainnya melalui *smartphone* untuk memenuhi kepuasan penonton.

Berdasarkan hasil data awal di kota Makassar sebanyak 18 responden yang berada pada masa dewasa awal dengan usia 20-23 tahun, masih mengidolakan selebriti khususnya pada penggemar K-pop. Adapun beberapa alasan responden menyukai K-pop ialah karena visual idol yang menarik, vokal idol yang kuat, sebagai penyemangat, kepribadian atau karakteristik khas dari idola dan juga karena idola termasuk dalam kriteria pasangan ideal responden. Oleh karena alasan tersebut, membuat responden secara aktif mencari tahu terkait

idola mereka, kemudian sebagian besar dari responden juga menghabiskan waktunya di depan komputer dan berbagai *platform* media sosial selama berjam-jam hanya untuk berdiskusi terkait idola mereka. Selanjutnya, terkait waktu yang dihabiskan responden melakukan aktivitas *multitasking*, yakni selama 6 bulan terakhir selama seminggu dimana 7 responden menghabiskan waktu selama 1-2 jam perminggu, kemudian 6 responden menghabiskan waktu selama 6 jam, dan 3 responden lainnya menghabiskan waktu selama 17-58 jam perminggu.

Berdasarkan data diatas, memperlihatkan bahwa sebanyak 8 responden sangat aktif mencari informasi sebanyak-banyaknya mengenai idola mereka, seperti kehidupan pribadi, makanan dan minuman favorit, *playlist* lagu favorit, foto-foto terbaru dan segala hal yang berhubungan dengan idola mereka. Beberapa dari responden juga menjelaskan bahwa mereka akan segera menyalakan TV untuk menyaksikan idola mereka tampil sambil bermain media sosial untuk berdiskusi dengan penggemar lain ataupun menonton video atau *live streaming* terkait idola mereka dengan menggunakan media laptop.

Selanjutnya, adapun hasil dari media *multitasking* penggemar K-pop berdasarkan *survey* data awal yakni sebanyak 8 responden menonton TV terkait idola sambil bermain media sosial, kemudian mendengarkan musik idola sambil media cetak (buku), menonton video terkait idola di laptop atau komputer sambil bermain media sosial, membalas pesan singkat (*chattingan*) terkait idola sambil *browsing* internet dan membuka media sosial untuk mencari informasi terkait idola sambil mendengarkan musik. Mereka bahkan rela begadang demi menyaksikan idolanya tersebut. Adapun perasaan individu

dewasa awal ketika memikirkan idolanya adalah senang, kagum, berkhayal ingin bertemu dan merasa sedih serta galau saat idolanya mendapatkan masalah.

Individu yang melakukan aktivitas yang banyak secara bersamaan dan perasaan yang tidak terkendali terindikasi memiliki kontrol diri yang rendah. Calderwood, Ackerman, dan Conklin (2014) menyatakan bahwa siswa menyadari bahwa menggunakan banyak media selama tugas di luar kelas adalah hasil dari *self control* yang rendah. Xu et al., (2016) juga mengatakan bahwa individu yang memiliki tingkat *self control* yang rendah akan terlibat dalam tingkat *multitasking* media yang lebih tinggi. Untuk itu yang berperan besar dalam aktivitas ini yakni *self control*.

*Self control* adalah kemampuan untuk mengelola dan mengubah reaksi seseorang, termasuk menekan dan melawan impuls perilaku yang tidak pantas (Tangney, Baumeister, dan Boone, 2004). *Self control* adalah kapasitas untuk mengatur, membimbing, juga mengoordinasikan cara individu berperilaku menuju hasil yang positif. *Self control* menggambarkan pilihan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan cara-cara berperilaku yang ada dimaksudkan untuk bekerja pada hasil dan tujuan tertentu seperti yang diinginkan.

Individu yang memiliki *self control* rendah sering mengalami masalah dalam menentukan hasil dari aktivitas mereka. Seseorang dengan *self control* tinggi sangat khawatir tentang langkah yang tepat untuk bertindak dalam situasi yang berbeda. Kurangnya kontrol diri merupakan salah satu penyebab perilaku *celebrity worship* diikuti dengan penggunaan atau ketergantungan

suatu media. Salah satu respon yang tidak dapat dikendalikan oleh seorang penggemar K-pop yakni, media yang dikonsumsi oleh para penggemar dapat merubah perilaku dari para penggemar itu sendiri, perilaku konsumsi media yang berlebihan yang sudah berada pada level fanatik yang biasa dilakukan oleh para penggemar K-pop, dari mulai merogoh kocek untuk membeli album, aksesoris, poster dan hal-hal lain yang berbau K-pop. Adapun saat mencari seputar idola mereka, para penggemar K-pop juga akan duduk di depan komputer atau *smartphone* selama berjam-jam.

Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan *self control* dan *celebrity worship*. Pada penelitian Adzka Ghaffara & Siti Qodariah (2022) mengenai Hubungan *self control* dengan *Celebrity worship* pada mahasiswa penggemar Stray Kids di Bandung. Hasil yang diperoleh menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara *self control* dengan *celebrity worship*. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *self control* maka semakin tinggi pula *celebrity worship* yang dimiliki oleh mahasiswa penggemar Stray Kids di Kota Bandung, begitupun sebaliknya. Berbeda dengan hasil penelitian yang diperoleh oleh Utami et al., (2021) dengan subjek yang dipilih penggemar Army BTS. Hasil yang diperoleh terdapat hubungan negatif lemah yang signifikan antara kontrol diri dengan *celebrity worship* pada ARMY BTS dewasa awal. Hal ini berarti, semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah *celebrity worship* pada ARMY BTS dewasa awal, begitupun sebaliknya.

Peneliti memprediksi terdapat hubungan antara hubungan antara *media multitasking* dan *self control* dengan *celebrity worship* terlihat dari survey Techspot Asurion yang mengatakan orang dewasa rata-rata mengecek

*smartphone* mereka sekitar 352 kali dalam sehari (Kompas, 2022) dengan alasan bahwa ponsel sudah menjadi kebutuhan dan tidak dapat lepas atau jauh dari ponselnya meski hanya untuk beberapa waktu. Disisi lain, pengguna *smartphone* mungkin juga takut ketinggalan konten TV terutama siaran langsung, acara serial, atau program partisipatif.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Marseal et al., 2022) menggambarkan aktivitas penggemar K-pop dimana beberapa penggemar setiap saat akan memantau, karena ingin mengetahui apa yang terjadi dengan idolanya. Misalnya ketika informasi baru tentang idola mereka muncul, penggemar dengan bersemangat akan mencarinya di media sosial. Mereka juga mengaku menggunakan dan untuk mengakses media sosial setiap hari, terutama di pagi hari, di sela-sela aktivitas, dan menjelang tidur. Penggunaan media secara berlebihan dapat berdampak pada gangguan kesehatan mental yang disebabkan penggunaan media yang berlebihan. Oleh karena itu individu perlu memiliki *self control*.

*Self control* yang lebih rendah membuat individu lebih sering terlibat dengan perangkat media dan membutuhkan waktu lebih lama untuk menyelesaikan tugas akademik (Reinecke & Hofmann, 2016). Peneliti menemukan bahwa siswa menggunakan perangkat media saat mengerjakan tugas yang membosankan dan mengharapkan kepuasan instan (Wilmer, Sherman, & Chein, 2017). Namun, penggunaan media perlu diwaspadai karena dapat menyebabkan efek kecanduan. Kecanduan dapat terbentuk melalui penggunaan kepuasan instan secara terus menerus. Contohnya adalah

mereka yang memiliki tingkat *self control* yang rendah cenderung kecanduan *smartphone* (Jeong, Kim, Yum, & Hwang, 2016).

Pada penelitian ini peneliti tertarik untuk mempelajari lebih jauh tentang *celebrity worship* di kalangan penggemar K-pop di Kota Makassar dan hubungannya dengan *media multitasking* dan *self control* berdasarkan fenomena yang dilaporkan sebelumnya terkait *celebrity worship* dalam kaitannya dengan *media multitasking* dan *self control*. Oleh karena itu, peneliti mengajukan penelitian yang berjudul **“Hubungan antara Media Multitasking dan Self Control dengan Celebrity Worship pada penggemar K-pop di Makassar.”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini yakni:

1. Apakah terdapat hubungan antara *media multitasking* dan *celebrity worship* di kota Makassar
2. Apakah terdapat hubungan antara *self control* dan *celebrity worship* di kota Makassar.
3. Apakah terdapat hubungan antara *media multitasking* dan *self control* pada penggemar K-pop di Makassar

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka ditetapkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk melihat apakah terdapat hubungan antara *media multitasking* dan *celebrity worship* pada penggemar *Kpop* di kota makassar
2. Untuk melihat apakah terdapat hubungan antara *self control* dan *celebrity worship* di kota Makassar
3. Untuk melihat apakah terdapat hubungan antara *media multitasking* dan *self control* pada penggemar K-pop di Makassar

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah pengetahuan pada bidang psikologi perkembangan, psikologi sosial, dan psikologi klinis, khususnya untuk memahami bagaimana *media multitasking* dan *self control*, *celebrity worship* pada penggemar K-Pop dan diri terkait.

##### **2. Manfaat Praktis**

1. Penelitian diharapkan dapat menjadi bahan acuan dan referensi kepada para pembaca dan peneliti untuk tujuan penelitian selanjutnya berkaitan dengan *media multitasking* dan *self control* dengan *celebrity worship*
2. Penelitian ini diharapkan agar penggemar dapat memahami bahwa penggemar yang baik adalah yang dapat mengendalikan diri dari aktivitas-aktivitas yang dapat merugikan dirinya dan memilih aktivitas yang menyehatkan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 *Celebrity Worship*

##### 2.1.1 Definisi *Celebrity Worship*

Maltby, Giles, Barber, McCutcheon (2006) mengatakan bahwa *celebrity worship* merupakan perilaku obsesif dan adiktif yang dilakukan oleh penggemar untuk selalu terlibat dalam kehidupan setiap selebriti yang diidolakan sehingga terkadang terbawa ke dalam kehidupan sehari-hari mereka. Semakin tinggi individu mengidolakan selebriti idolanya, maka akan semakin tinggi dalam keterlibatannya dengan selebriti, serta diikuti dengan tingginya tingkat keintiman (*intimacy*) yang diimajinasikan penggemar terhadap selebriti idolanya.

Maltby, Houran, dan McCutcheon, (2003) mengatakan bahwa *celebrity worship* adalah sebuah bentuk interaksi parasosial atau hubungan satu arah antara penggemar dan idola mereka, di mana penggemar menjadi terobsesi dengan idolanya. Beberapa hal yang memberikan pengaruh munculnya *celebrity worship* yakni kebiasaan melihat, mendengar, membaca dan mencari informasi mengenai idola yang disukai yang dapat menimbulkan sifat empati, identifikasi, asosiasi dan obsesi yang memunculkan adanya ketidaksesuaian perilaku dan gejala klinis.

*Celebrity worship* adalah fenomena saat seseorang menjadi terobsesi dengan satu atau lebih selebriti (McCutcheon et al., 2002).

*Celebrity worship* dijelaskan dalam model *absorption* dan *addiction*. *Absorption* merupakan kondisi dimana seseorang akan mencari informasi tentang selebriti kemudian menyerap informasi tersebut ke dalam dirinya. Hal ini membuat dirinya berpikir bahwa ia memiliki hubungan yang sangat dekat dengan selebriti favoritnya. *Addiction* merupakan suatu kondisi di mana seseorang mengembangkan toleransi perilaku untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam hal *absorption*.

Malthy, Day, McCutcheon, Houran, dan Ashe (2006) mengatakan bahwa *celebrity worship* adalah kurangnya identitas diri dan penyerapan psikologis oleh individu dengan selebriti idola. Individu biasanya merasa keberhasilan yang diperoleh idola, merupakan kesuksesannya dalam mengidolakan selebriti. Zsila, Mccutcheon, & Demetrovics, (2018) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai daya tarik obsesif kepada orang terkenal/populer, yang dikaitkan dengan beberapa masalah kesehatan mental, seperti gejala depresi dan kecemasan, disosiasi, dan masalah citra tubuh. Darfiyanti dan Putra (2012) mengatakan bahwa semakin tinggi pemujaan seseorang terhadap selebriti, maka semakin tinggi tingkat keterlibatannya dengan selebriti tersebut.

Liu (2013) mengatakan bahwa *celebrity worship* adalah gambaran rasa kagum dan kasih sayang penggemar terhadap selebriti yang disukai seperti penyanyi, aktor/aktris, atlet, artis, politisi, pengusaha, ilmuwan yang ditampilkan secara ideal dimedia. Penggemar menyukai

selebriti ini biasanya karena pesona, penampilan fisik, kekayaan, pencapaian pribadi, dan pengaruh sosial mereka.

Lynn, Lange, Houran (2002) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai suatu kondisi dimana seseorang menjadi terobsesi dan juga tertarik dengan kehidupan pribadi selebriti tersebut. Seseorang yang memuja selebriti bertindak seolah-olah memiliki wawasan khusus tentang isu-isu yang berkaitan dengan selebriti favoritnya. Liu (2013) mengatakan bahwa *celebrity worship* bagian tertentu dari *idol worship* dan merupakan seseorang yang dikenal luas dan memiliki pengaruh tinggi pada masyarakat dan media.

Terdapat beberapa definisi *celebrity worship* namun teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teori McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Alasan peneliti mengambil teori ini karena teori tersebut lebih mendalam dan fokus membahas *celebrity worship*, serta penjelasan tentang *celebrity worship* dalam teori tersebut sesuai dengan apa yang akan peneliti kaji.

### 2.1.2 Aspek *Celebrity Worship*

#### 1. *Entertainment-social* (Hiburan Sosial)

McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002), mengatakan *entertainment-social* merupakan level terendah atau bisa dikatakan ketertarikan pada selebriti dengan batas wajar, aspek ini ditandai dengan para penggemar motivasi dalam diri individu untuk terus mencari informasi tentang selebriti favoritnya.

Penggemar secara aktif mencari informasi yang memiliki hubungan dengan selebriti yang mereka sukai biasanya melalui *platform* media sosial. Ketertarikan penggemar terhadap selebriti yang disukai memiliki tujuan sebagai hiburan dan sebagai pengisi waktu luang untuk menghabiskan waktu dengan mendengarkan lagu, menonton drama Korea yang dibintangi oleh selebriti yang disukai, menonton video musik, *variety show* atau selalu *up to date* pada sosial media dan berita terkait selebriti atau idola mereka.

Maltby, Hauron, dan McCutcheon (2003) mengatakan bahwa karakteristik perilaku dalam aspek *Entertainment-social*, seperti penggemar yang merasa tertarik untuk mendapatkan banyak informasi tentang selebriti idolanya melalui penggunaan beberapa media yakni media sosial seperti instagram, *twitter*, tiktok, *univers*, *weverse* dan media sosial lainnya. Penggemar juga akan menunggu untuk menyaksikan idolanya tampil di tv. Selain itu, para penggemar juga akan suka dan senang bertukar cerita dengan teman-temannya tentang informasi idolanya dan senang membicarakan idolanya dengan orang lain.

## **2. *Intense-personal* (Perasaan Pribadi yang Intens)**

McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002), mengatakan bahwa pada aspek *intense-personal* merupakan aspek yang menggambarkan perasaan intensif dan kompulsif terhadap idola dan hampir mendekati perasaan obsesif. Hal ini ditandai

dengan penggemar yang berpikir bahwa selebriti idolanya adalah bagian dari dirinya sendiri, sehingga penggemar selalu memikirkan selebriti idolanya. Selain itu, para penggemar juga memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun yang berkaitan tentang selebriti idolanya, mulai dari informasi terbaru hingga informasi pribadi tentang selebriti idola mereka. Pada tahap ini juga, meningkatnya intensitas keterlibatan penggemar dengan selebriti idola mereka, penggemar mulai melihat bahwa mereka dekat dengan selebriti dan juga mengembangkan hubungan parasosial dengan selebriti idola mereka.

Malthby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006) mengatakan bahwa dalam aspek *intense-personal* perilaku penggemar terhadap selebriti idola yang disukainya dapat ditandai dengan karakteristik yakni memiliki empati yang tinggi, dimana penggemar yang telah memiliki empati terhadap idolanya biasanya bisa merasakan apa yang sedang dirasakan idolanya, bahkan lebih dalam dari perasaan sang idola. Seperti saat ketika seorang idola yang mereka sukai mengalami masalah misalnya saja kecelakaan, mengalami sejumlah skandal, para penggemar akan merasa sedih dan menangis. Selain empati ada juga imitasi, penggemar akan mencoba meniru mulai dari penampilan hingga gaya berbicara sang idola. Misalnya, penggemar juga mengubah gaya rambut mereka agar terlihat mirip dengan idola yang mereka

sukai. Penggemar tidak segan membeli dan mengenakan barang-barang yang berkaitan dengan idola mereka.

### 3. *Borderline-patologis* (Gangguan Patologis)

Aspek *borderline-patologis* merupakan level tertinggi atau terdalam dari hubungan antara penggemar dan idola. Aspek ini mencerminkan sikap dan perilaku ekstrem terhadap selebriti yang dianggap sebagai bentuk kekaguman yang maladaptif. Seorang penggemar rela melakukan apa saja demi selebriti favoritnya. Penggemar mulai berfantasi dan berkhayal jika dirinya memiliki kedekatan khusus dengan idolanya. Penggemar cenderung memiliki pikiran yang tidak terkontrol dan irasional. Level ini menunjukkan bahwa semakin seseorang memuja dan terlibat dengan idola tertentu, semakin kuat hubungan parasosial yang terjalin (Zsila, Muccutcheon, & Demetrovics, 2018).

Malthby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006) mengatakan bahwa dalam aspek *borderline-patologis* perilaku penggemar terhadap selebriti idola yang disukainya dapat ditandai dengan karakteristik yakni penggemar memiliki perilaku dan fantasi yang tidak terkontrol terhadap idolanya. Misalnya kerap kali para penggemar berkhayal bahwa idolanya merupakan pacar atau suami mereka. Penggemar kerap kali berperilaku obsesif terhadap idola mereka, yakni penggemar mengira idola mereka adalah milik mereka dan tidak ada yang bisa mengambil idola itu

dari mereka. Bahkan penggemar akan marah dan menyerang seseorang jika seseorang tersebut memiliki akses untuk bisa berada lebih dekat dengan sang idola misalnya menjadi pacar. Penggemar juga kerap kali kehilangan kontrol dirinya jika melihat sang idola secara langsung atau bahkan hanya dengan mendengar nama sang idola saja sudah bisa membuatnya berteriak histeris. Jika penggemar tau idola mereka dihina, mereka akan marah bahkan tak segan membelanya sampai melibatkan jalur hukum.

### 2.1.3 Faktor yang mempengaruhi *celebrity worship*

*Celebrity worship* dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

#### 1. Keterampilan sosial

McCuhctheon & Llyn (2004) mengatakan bahwa *celebrity worship* terjadi di antara orang-orang dengan keterampilan sosial yang buruk dan mereka melakukan pengidolaan pada selebriti hanya sebagai pengisi kekosongan yang terjadi dalam hubungan nyata. McCutcheon, Lange & Houran, (2002) melakukan penelitian yang menemukan bahwa individu cenderung memiliki hubungan yang lebih dekat ketika mereka belum menjadi penggemar selebriti.

#### 2. *Body Image*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maltby et al., (2005) yang menyatakan bahwa individu melakukan pengidolaan pada selebriti dipengaruhi oleh *body image*. Terkadang individu

merasa kurang puas akan tubuhnya sehingga mereka cenderung membandingkan tubuh mereka dengan selebriti idolanya. Hal tersebut akan membuat seorang penggemar menjadikan selebriti idolanya sebagai tolak ukur untuk memperbaiki atau membentuk sebuah tubuh ideal.

### 3. Kepribadian

Kepribadian di sini diartikan sebagai perilaku individu atau penggemar yang dipengaruhi oleh idolanya. Menurut Eysenck (Alwisol, 2010) seseorang yang memiliki perilaku *celebrity worship* dapat dijelaskan dengan menggunakan teori kepribadian tiga dimensi (ekstraversi, neurotisme, dan psikotisme). Masing-masing dari tiga dimensi kepribadian memiliki 9 sifat. Pada dimensi psikotisme ini terdapat sifat agresif, dingin, egosentris, impersonal, impulsif, antisosial, tidak empati, kreatif dan keras hati. Karakteristik sifat pada dimensi psikotisme ini dapat mencerminkan sejauh mana individu mampu mengontrol diri, sehingga tidak menimbulkan perilaku yang tidak diinginkan.

### 4. *Self Esteem*

Rosenberg (1965) menjelaskan bahwa *self-esteem* adalah penilaian seseorang tentang perilaku positif atau negatif terhadap dirinya sendiri. Sehingga, mereka yang *self-esteem* rendah merasa menganggap idola merupakan gambaran ideal *self* sesuai dengan yang diinginkan dan membuatnya merasa nyaman untuk melakukan *celebrity worship*. Terdapat penelitian yang

menunjukkan *self-esteem* merupakan prediktor yang signifikan terhadap *celebrity worship* pada mahasiswa di *southeastern university* (Reeves dkk, 2012).

#### 5. *Religiusitas*

*Religiusitas* merupakan salah satu hal sangat penting dalam kebudayaan dan pengaruh utama terhadap suatu perilaku (Eid & El-Gohary, 2015). *Religiusitas* berkaitan dengan keyakinan dan keterlibatan individu dalam beragama (Holdcroft, 2006). Terdapat hasil sebuah studi penelitian yang dilakukan Maltby dkk (2002). Seseorang yang memiliki *religiusitas* yang rendah cenderung berperilaku *celebrity worship*.

##### a. Hubungan dekat dengan lawan jenis (*Intimate relationship*)

Pada penelitian McCutcheon dkk (2016), seseorang yang mengalami kecemasan berlebihan dalam hubungan dekat cenderung memiliki skor tinggi pada *intense-personal* dan *borderline pathological*. Terlihat bahwa orang-orang yang mengalami banyak kecemasan dalam proses pembentukan dan mempertahankan hubungan dekat dengan lawan jenis menjadi sangat tertarik dan bahkan kecanduan dengan idola favorit mereka, sebagai pengganti hubungan parasosial (*celebrity worship*) yang kurang mengancam untuk hubungan dekat yang memuaskan.

## 2.1.4 Dampak *Celebrity worship*

### a. Dampak Positif

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Maltby et al (2006) menyatakan bahwa 58,7% dari sejumlah subjek percaya bahwa selebriti idola mereka dapat menginspirasi penggemar untuk melakukan aktivitas tertentu. Penggemar menjadikan selebriti idolanya sebagai panutan karena dianggap memiliki keahlian.

Sheridan et al., (2007) menyatakan bahwa dampak positif dari *celebrity worship* adalah memotivasi individu untuk melakukan aktivitas tertentu, individu yang menyukai selebriti hanya untuk alasan hiburan dan alasan sosial lainnya yang membuat individu lebih optimis, mudah bergaul, dan bahagia.

### b. Dampak Negatif

Dalam aktivitas mengidolakan selebriti biasanya penggemar akan mencari informasi sebanyak-banyaknya tentang semua idola mereka dari bagaimana kehidupan pribadi mereka, apa makana serta minuman favoritnya, *playlist* lagu favorit, foto terbaru idol, dan segala hal yang berhubungan dengan kesenangan idola mereka dapat menyebabkan perilaku atau dampak negatif. Kegiatan ini membuat para penggemar sangat aktif dalam mencari dan berburu informasi di beberapa situs internet ataupun sosial media, yang membuat mereka menghabiskan banyak waktu berjam-jam depan komputer atau *gadget* (Asmaussolihat & Nugrahawati, 2022)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Cheung dan Yue (2003) terhadap 833 remaja di China menemukan seseorang yang

melakukan aktivitas pemujaan terindikasi memiliki kinerja dan keterampilan belajar yang rendah, harga diri yang rendah, dan kesulitan dalam membentuk identitasnya. Sebaliknya, individu yang memiliki kekaguman terhadap anggota keluarga, guru, dan seseorang yang bukan selebriti memiliki harga diri yang lebih tinggi (Cheung dan Yue, 2003).

### 2.1.5 Pengukuran *celebrity worship*

#### a. *Celebrity attitude scale*

Skala *celebrity worship* dikemukakan oleh Maltby J, et.,al (2006). Menurut Maltby, *celebrity worship* dibagi menjadi tiga aspek, termasuk *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline pathological*. Penggemar cenderung menggunakan idola mereka sebagai hiburan sosial dan sarana untuk melarikan diri dari kenyataan. Kemudian, penggemar juga punya perasaan yang intens yang menyebabkan penggemar selalu ingin tahu semua informasi tentang idola mereka, yang dapat menyebabkan kecenderungan berfantasi yang menghabiskan waktu cukup banyak yang dapat merujuk pada intensitas halusinasi. Skala ini terdiri dari 34 item, dengan menggunakan skala likert dari 1 dengan respon sangat tidak setuju sampai 5 dengan respon sangat setuju.

#### b. *Celebrity Appeal Questionnaire (CAQ)*

Skala ini disusun oleh Stever's pada tahun 1991. Skala ini bertujuan untuk mengoperasionalkan konstruksi yang berkaitan

dengan interaksi parasosial yang merupakan hubungan dekat antara penggemar dengan selebriti idolanya. Skala ini terdiri dari 26 item yang kemudian dibagi menjadi empat faktor seperti pesona kultus yaitu daya tarik seks, panutan, penghibur, dan mistik (McCutcheon, Lange, dan Houran, 2002).

c. *Parasocial Interaction Scale (PSI)*

Skala ini dikembangkan oleh Rubin, Perse, dan Powell pada tahun 1985. Skala ini terdiri dari 20 item yang digunakan untuk mengukur sejauh mana seseorang ataupun penonton televisi untuk mengembangkan hubungan parasosial atau hubungan dekat dengan penyiar. Skala *Parasocial Interaction Scale (PSI)* kemudian dimodifikasi yang merujuk pada "pemeran televisi favorit Anda" oleh Rubin dan McHugh pada tahun 1987 (McCutcheon, Lange, dan Houran, 2002).

## **2.2 Media Multitasking**

### **2.2.1 Definisi Media Multitasking**

McDonald dan Meng (2009) menggunakan istilah *media multitasking* untuk merujuk pada penggabungan sejumlah aktivitas non-media dengan satu aktivitas media. Demikian pula, Jeong dan Fishbein (2007) menyebut *media multitasking* sebagai "perilaku audiens yang menggabungkan penggunaan media dengan aktivitas non-media lainnya. Lang dan Chrzan (2015) mengatakan bahwa *media multitasking* sebagai aktivitas dengan melakukan dua tugas secara

bersamaan dan salah satunya mengaplikasikan penggunaan media. Sedangkan Lee, Lin, dan Robertson (2012) menggambarkan *media multitasking* sebagai sebuah aktivitas ketika dua tugas media diselesaikan secara bersamaan, adapun bagi Pratt, Willoughby, dan Swick (2011) *media multitasking* dilakukan saat mengerjakan dua tugas di komputer meskipun tugas tersebut tidak melibatkan jenis standar pesan media.

Ophir, Nass, dan Wagner (2009), menyatakan bahwa *media multitasking* adalah kondisi dimana seseorang menggunakan media secara bersamaan atau parsial dalam suatu periode yang sama. Menurut Ophir, Nass, dan Wagner (2009), multitasking terbagi menjadi dua, yaitu *concurrent multitasking* dan *sequential multitasking*. *Concurrent multitasking*, aktivitas yang dilakukan secara bersamaan yakni melibatkan indera secara bersamaan. Misalnya penggunaan *headset* dalam mendengarkan musik sambil membaca, berjalan sambil menulis pesan teks atau mencoba membalas pesan *whatsapp* sambil mengikuti alur acara TV. *Sequential multitasking* adalah aktivitas di mana seseorang menghabiskan waktu lebih lama (dari menit hingga berjam-jam) pada satu tugas sebelum beralih ke tugas lainnya secara berurutan tanpa menyelesaikan tugas pertama. Misalnya penggunaan *smartphone* dan menulis atau peralihan ke berbagai *platform* media seperti sosial *facebook*, lalu *twitter*, lalu *instagram*, lalu *email* dan lain sebagainya.

*Multitasking* merupakan melakukan dua kegiatan atau lebih, *multitasking* media tentunya dapat menggunakan lebih dari satu media dalam satu waktu atau secara bersamaan. Ada berbagai contoh media tersebut, misalnya: media cetak, telepon seluler, *smartphone*, televisi, video berbasis komputer/laptop, *video game*, musik, media sosial dan *web browsing*. Media cetak yang dimaksud antara lain buku, surat kabar, majalah, surat pos dan lain-lain. Kegiatan Berbicara di telepon mencakup semua penggunaan ponsel, *smartphone*, rumah atau kantor untuk percakapan. Menonton televisi termasuk televisi kabel dan DVD/Blue-Ray. Tonton video di komputer Anda di saluran jaringan, seperti *YouTube*, *Vimeo*, dan *DailyMotion*. Bermain video game menggunakan *smartphone*, *Playstation*, XBOX, Wii dan lainnya. Kirim SMS. Mendengarkan musik bisa dilakukan dengan menggunakan MP3 player, CD, radio, atau menggunakan komputer. obrolan, pesan instan, atau *WhatsApp* termasuk dalam penggunaan pesan singkat. Penggunaan media sosial, seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan sebagainya. Adapun kegunaan internet lainnya, seperti membaca artikel *online*, mengirim *email*, dan menulis blog.

Pada studi yang dilakukan oleh Ophir, et al., (2009) dalam mengukur perilaku *multitasking* media seseorang. Mereka menggabungkan berbagai media tersebut di atas untuk menghasilkan 72 soal. Hasil akhir dari pengukuran tersebut disimpulkan berdasarkan *media multitasking index* (MMI). Perpaduan media yang digunakan

secara bersamaan atau sebagian dalam kurun waktu yang sama, sebenarnya tidak menjadi masalah jika penggunaannya masih dalam batas wajar, misalnya mendengarkan musik sambil membaca atau menonton film sambil bermain *game* (Wiradhany & Baumgartner, 2019). Hal ini karena MMI didasarkan pada nilai total dari semua kombinasi media yang digunakan. Selain itu, terkadang penggunaan yang masih dalam batas wajar memberikan manfaat tersendiri, seperti kemudahan dalam melakukan aktivitas (Prensky, 2001). Perilaku tersebut dapat mencakup perilaku *multitasking* media ringan. Adapun *Media multitasking* dapat dikatakan bermasalah jika penggunaannya melebihi batas wajar. Dalam *MMI*, penggunaan banyak media dalam *multitasking* ditandai dengan skor individu minimal satu standar deviasi di atas rata-rata kelompok (Ophir, et al, 2009).

Terdapat beberapa definisi *media multitasking* namun teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teori Ophir, Nass, dan Wagner (2009). Alasan peneliti mengambil teori ini karena teori tersebut lebih mendalam dan fokus membahas *media multitasking*, serta penjelasan tentang *media multitasking* dalam teori tersebut sesuai dengan apa yang akan peneliti kaji.

### **2.2.2 Karakteristik *Media Multitasking***

Ophir, Nass, & Wagner (2009) menyatakan bahwa *multitasking* terbagi menjadi dua, yaitu *concurrent multitasking* dan *sequential multitasking*. *Concurrent multitasking*, aktivitas yang dilakukan secara

bersamaan yakni melibatkan indera secara bersamaan. Misalnya penggunaan *headset* dalam mendengarkan musik sambil membaca, berjalan sambil menulis pesan teks atau mencoba membalas pesan *whatsapp* sambil mengikuti alur acara TV. *Sequential multitasking* adalah aktivitas di mana seseorang menghabiskan waktu lebih lama (dari menit hingga berjam-jam) pada satu tugas sebelum beralih ke tugas lainnya secara berurutan tanpa menyelesaikan tugas pertama. Misalnya penggunaan *smartphone* dan menulis atau peralihan ke berbagai *platform* media seperti sosial *facebook*, lalu *twitter*, lalu *instagram*, lalu *email* dan lain sebagainya.

Ophir, Nass, & Wagner (2009) membagi perilaku *media multitasking* ke dalam dua kelompok, *heavy media multitaskers* (HMM) dan *light media multitaskers* (LMM). HMM adalah pelaku *media multitasking* yang tergolong menggunakan media secara berlebihan (intensitas tinggi) atau di atas kewajaran penggunaan. LMM adalah pelaku *media multitasking* yang tergolong menggunakan media secukupnya atau intensitas rendah.

Beberapa studi menyatakan bahwa perbedaan utama antara HMM dan LMM adalah ruang lingkup perhatian individu (Cain & Mitroff, 2011; Lui & Wong, 2012; Ophir, et al., 2009). HMM memiliki cakupan perhatian yang lebih luas daripada LMM. Hal ini membuat individu dengan HMM banyak memperhatikan informasi yang tidak relevan dengan tugas yang diberikan kepadanya (Ophir, et al., 2009).

Hal ini membuat kinerja individu dengan LMM lebih menguntungkan dibandingkan dengan HMM (Edwards & Shin, 2017).

Uncapher dan Wagner (2018) menyatakan bahwa *media multitasking* yang berat dikaitkan dengan kemampuan perhatian yang lebih luas atau perhatian impulsif yang lebih besar. *Multitasking* yang dilakukan individu mampu membuat informasi yang masuk saling bersaing. Informasi yang tidak relevan dengan tujuan aktivitas seseorang akan dihadapkan dengan informasi yang relevan dengan tujuan aktivitas individu tersebut. Konsekuensinya, HMM hanya mampu menyimpan informasi jangka panjang (LTM) yang lebih rendah dari LMM. Orang HMM dilaporkan lebih impulsif dan berkinerja lebih buruk dalam ukuran kecerdasan cair daripada mereka yang tidak sering terlibat dalam *multitasking* media (Minear, Brasher, McCurdy, Lewis, & Younggren, 2013).

### **2.2.3 Faktor yang mempengaruhi *media multitasking***

Beberapa studi penelitian mulai meneliti motif utama *multitasking*, dan bagaimana motif tersebut terkait dengan jenis *multitasking* umum dan spesifik. Motif utama *multitasking* yang teridentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: informasi, sosial, kesenangan/hiburan, efisiensi, dan kebiasaan. Perilaku *multitasking* umum diprediksi oleh informasi, efisiensi, dan kebiasaan.

Jenis *multitasking* menengah-spesifik, *multitasking* berbasis TV diprediksi dilakukan karena motif kebiasaan. Hal tersebut karena

televisi adalah media yang relatif pasif, yang sering digunakan sebagai kebiasaan (Rubin, 1983). Individu menonton televisi sebagai perilaku yang sudah menjadi kebiasaan tanpa tujuan instrumental tertentu, mereka cenderung menggunakan media lain atau terlibat dalam beberapa aktivitas lain saat mereka menyalakan televisi sebagai media latar sekunder. Penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa ketika suatu media digunakan sebagai media sekunder, efeknya dapat berkurang secara signifikan dibandingkan dengan ketika digunakan sebagai media primer (Jeong & Hwang, 2012).

*Multitasking* berbasis internet diprediksi dilakukan karena motif informasi dan kesenangan/hiburan. Individu zaman sekarang mencari informasi di Internet, multitasking berbasis Internet dapat memuaskan kebutuhan informasi seseorang. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengguna Internet cenderung mencari informasi setelah terpapar media tradisional seperti televisi atau media cetak (Collins, 2008; Minggu & Southwell, 2010; Zigmund & Stipp, 2010). Dengan demikian, mereka yang memiliki kebutuhan informasi yang lebih tinggi mungkin lebih cenderung melakukan berbasis internet *multitasking*.

*Multitasking* berbasis internet memperoleh lebih banyak informasi karena internet merupakan suatu teknologi yang dapat memberikan atau memberitahu informasi apapun yang dibutuhkan bagi pengguna internet. Motif tambahan untuk melakukan *multitasking* berbasis

Internet adalah untuk mengurangi kebosanan dan meningkatkan rangsangan. Internet adalah media interaktif (Hoffman & Novak, 1996; Yoo, 2011), yang memungkinkan interaktivitas mesin (yaitu, interaksi dengan mesin) dan interaktivitas orang (yaitu, interaksi dengan individu lain). Dengan demikian, multitasking berbasis Internet dapat memuaskan kebutuhan terkait kesenangan pengguna.

*Multitasking* berbasis seluler diprediksi oleh motif informasi. Ini mungkin juga karena sifat perangkat seluler yang berubah. Dulu, fungsi utama ponsel adalah untuk melakukan panggilan telepon; namun, *smartphone* memungkinkan pengguna untuk menonton video serta mencari di Internet. Pengguna *smartphone* dapat terus mencari informasi saat mereka menggunakan berbagai media atau perjalanan lainnya. Dengan demikian, motif informasi bisa menjadi faktor penting yang memandu *multitasking* berbasis *mobile*. Meskipun penggunaan Internet adalah fungsi utama media seluler, melakukan panggilan telepon dan menggunakan media sosial juga merupakan fungsi penting dari media seluler (Bertel, 2013; Ling, 2004; Rainie & Rubah, 2012; Sumita & Zuo, 2010).

#### **2.2.4 Dampak media *multitasking***

Ophir et al. (2009) membagi beberapa jenis media yang sering digunakan dalam aktivitas *media multitasking*. Adapun dalam pembuatan skala pengukuran *media multitasking* yang disebut *Media-use questionnaire* yang terdiri dari 12 jenis media, yaitu media cetak,

televisi, video berbasis komputer (YouTube atau televisi online), musik, audio *non-music*, game, telepon, pendek pesan, pesan tertulis (SMS), *e-mail*, aktivitas *browsing* di internet, dan aplikasi komputer lainnya seperti pengolah kata. Untuk mendapatkan kategorisasi media *multitasking*, dibuat jenis media. Penggunaan media ini jika dilihat dari fenomenanya terus menerus meningkat setiap tahunnya.

Sebagian besar penelitian menyebutkan bahwa *media multitasking* merupakan salah satu aktivitas atau perilaku yang paling banyak dilakukan oleh remaja dan orang dewasa sekarang. Adapun dalam hal ini *media multitasking* mempunyai bermacam-macam dampak dalam kehidupan sehari-hari.

Pada penelitian Burak (2012) yang mendeskripsikan tingkatan *multitasking* yang terjadi di ruang kelas universitas dan *multitasking* media, nilai dan perilaku berisiko. Hasil yang diperoleh dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara IPK rendah dengan aktivitas *multitasking* pada media di kelas. Begitu juga dengan peningkatan perilaku membuat pembelajaran di kelas menjadi tidak efektif.

*Multitasking* media mempengaruhi kinerja siswa selama pendidikan. Sebagian besar hasil penelitian tentang *multitasking* media menunjukkan penurunan kinerja dan hasil perhatian yang buruk (Carrier, Rosen, Cheever, & Lim. 2015; Lau, 2017; Wood et al., 2012). Penggunaan berbagai alat komunikasi membuat individu selalu

merespon stimulus yang mereka dapatkan dari media. Misalnya, penggunaan *smartphone* yang dimodifikasi dengan getaran, dering atau pencahayaan untuk menunjukkan bahwa ada pesan baru yang masuk, notifikasi di media sosial atau panggilan masuk (Carrier, et al., 2015)

Tidak hanya di lingkungan akademik, penggunaan media secara berlebihan sudah menjadi rutinitas sehari-hari bagi mahasiswa di luar kelas (Aras, 2016). Aktivitas *browsing* di internet mulai sangat sulit mengingat waktu dan kondisi personal (Byington & Schwebel, 2013). Penggunaan media sudah menjadi gaya hidup dan kebutuhan primer yang harus segera dipenuhi. Beberapa menit setelah bangun dari tidur, sebagian orang akan membuka ponselnya. Begitu juga sebelum tidur, mereka akan membuka alat komunikasi untuk mencari informasi dan aktif di media sosial (Ganda, 2016). Beberapa dari mereka bahkan begadang hanya untuk aktif di media sosial. Aktivitas seperti ini memengaruhi jam tidur mereka secara khusus. Beberapa penelitian yang menyatakan bahwa *media multitasking* dengan layar elektronik dapat menyebabkan masalah tidur dan hasil negatifnya (Cain & Gradisar, 2009; van der Schurr et al., 2018).

*Media multitasking* membiasakan seseorang menuju kepuasan jangka pendek. Penguatan berulang seperti itu akan melemahkan sistem saraf kepuasan jangka panjang dan memperkuat sistem saraf jangka pendek. Proses semacam itu juga dieksploitasi dalam desain

video *game* serta media lain untuk membuat "*compulsion loops*" yang bekerja melalui penguatan jangka pendek melalui serangan dopamin (Han et al., 2011& Jay, 2016). Aktivitas *multitasking* media juga dapat menimbulkan berbagai masalah kesehatan mental Stres sosial, depresi dan kecemasan (Pea et al., 2012; Becker et al., 2013; Rosen et al., 2013).

Individu bisa saja mengalami cedera hingga berujung kematian akibat SMS saat mengemudi (dan berjalan) (Hyman et al., 2010; Nemme & White, 2010). Berbagai masalah yang muncul juga seperti, kesepian, dan frustrasi karena kebiasaan *multitasking* media mereka sendiri atau orang yang mereka cintai (McDaniel & Radesky, 2017; Radesky et al., 2016). Adapun dalam sebuah studi menyatakan para peserta melaporkan bahwa *media multitasking* terkait dengan pekerjaan yang kurang efektif dan efisien serta mengungkapkan mengalami gangguan terus-menerus (Wang et al., 2012; Zhang & Zhang, 2012)

### **2.2.5 Pengukuran Media *Multitasking***

Media *Multitasking* diukur dengan menggunakan *media-use questionnaire* (MUQ). MUQ merupakan alat ukur yang pertama kali dicetuskan oleh Ophir, Nass, dan Wagner (2009). MUQ diberikan kepada responden dalam bentuk *paper* atau *computerized*. Responden akan diminta memperkirakan jumlah jam per minggu yang mereka habiskan menggunakan berbagai media, seperti laptop dan televisi.

Peserta diberi matriks untuk setiap media, seberapa sering mereka menggunakannya dengan menggunakan skala "*Always*," "*Most of the time*," "*Some of the time*," "*A little of the time*," dan "*Never*" (Lopez & Orr, 2018). Kemampuan MUQ dalam mengukur *multitasking* media dinilai sangat baik dengan  $r = 0,97$  untuk kelancaran,  $r = 0,93$  untuk keunikan ide dan  $r = 0,96$  untuk fleksibilitas (Ophir, et al., 2009).

Pengukuran untuk *media multitasking* yakni *media-use questionnaire*. Skala tersebut dikembangkan oleh Ophir, Nass dan Wagner (2009) yang bertujuan untuk melihat seberapa banyak subyek menggunakan setiap media selama seminggu dan apakah mereka secara bersamaan menggunakan media lain. Skala ini akan membahas 12 bentuk media yang berbeda, yaitu media cetak, televisi, video berbasis komputer (seperti *YouTube* atau episode televisi *online*), musik, audio non-musik, video atau permainan komputer, panggilan telepon dan telepon seluler, instan pesan, SMS, email, penjelajahan *web*, dan aplikasi berbasis komputer lainnya (seperti pengolah kata).

## **2.3 Self Control**

### **2.3.1 Definisi Self control**

Ghufron & Risnawita (2017) mengatakan bahwa *self control* merupakan suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat menimbulkan konsekuensi positif pada diri individu. *Self control* juga digambarkan sebagai suatu keterampilan individu dalam membaca situasi diri dan lingkungannya.

Horman et al, (2012) mendefinisikan *self control* sebagai suatu kemampuan individu untuk mengendalikan atau menahan diri dari berbagai godaan dan keinginan yang berlebihan yang memiliki konsekuensi negatif.

Tangney, Baumeiter, dan Boone (2004) mengatakan bahwa *self control* merupakan kemampuan dalam mengesampingkan atau mengubah suatu respon, yang bertujuan untuk menghentikan kecenderungan perilaku yang tidak diinginkan dengan menahan diri untuk tidak melakukannya. Tangney lebih lanjut mengatakan bahwa *self control* secara luas dianggap sebagai kapasitas untuk berubah dan beradaptasi sehingga menghasilkan kecocokan yang lebih optimal antara diri sendiri dan dunia luar.

Casey & Caudle (2013) yang menjelaskan secara singkat *self control* merupakan kemampuan untuk menekan emosi dan keinginan serta tindakan tidak tepat. *Self control* diperlukan untuk membantu individu dalam mengatasi keterbatasan kemampuannya dan mengatasi berbagai hal buruk yang mungkin terjadi dari luar. Baumeister, Vohs, Tice (2007) mendefinisikan *self control* sebagai kapasitas suatu individu untuk mengendalikan berbagai tanggapan agar tidak menyimpang dari norma-norma, moral dan harapan sosial serta tercapainya tujuan jangka panjang.

Chaplin (2009) menjelaskan bahwa *self control* adalah kondisi dimana seseorang mampu untuk membimbing perilakunya sendiri, kemampuan untuk menekan atau menghambat impuls atau perilaku

impulsif. Baumeister (2002) mendefinisikan *self control* sebagai kemampuan yang mengacu pada individu untuk mengendalikan perilakunya sendiri yang muncul secara tiba-tiba dan mengganti perilaku tersebut dengan perilaku lain yang lebih tepat. Perilaku tersebut dapat berupa pikiran (menolak pikiran buruk dan berusaha berkonsentrasi), mengubah emosi (melepaskan perasaan tidak menyenangkan), mengatur dorongan hati (melawan godaan), dan meningkatkan prestasi kerja (Baumeister, 2002).

Terdapat beberapa definisi *self control* namun teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teori Tangney, Baumeister, dan Boone (2004). Alasan peneliti mengambil teori ini karena teori tersebut lebih mendalam dan fokus membahas *self control*, serta penjelasan tentang *self control* dalam teori tersebut sesuai dengan apa yang akan peneliti kaji.

### **2.3.2 Aspek-aspek *self control***

Menurut Tangney, Baumeister dan Boone (2004), terdapat 3 aspek dari *self control* yaitu:

#### **1. *Breaking Habits* (Melanggar kebiasaan)**

*Breaking habits* atau melanggar kebiasaan adalah sesuatu yang berhubungan dengan melakukan tindakan di luar kebiasaan yang sering dilakukan. Kebiasaan adalah pola perilaku individu yang dilakukan berulang-ulang. Kebiasaan dapat diklasifikasikan menjadi kebiasaan baik dan kebiasaan buruk. Menghentikan kebiasaan disini berarti kemampuan individu untuk membatasi atau

mengendalikan dirinya dalam melakukan hal-hal yang tidak baik dan melanggar nilai-nilai atau norma dan peraturan yang ada disekitarnya.

Menghentikan kebiasaan dapat membantu individu untuk dapat mematuhi nilai-nilai atau norma dan peraturan yang ada dilingkungannya, menciptakan kebiasaan yang sehat, serta mampu mengendalikan masalah yang terjadi dalam dirinya. *Breaking habits* akan mengatur pola perilaku menjadi kebiasaan yang menyehatkan bagi individu. Kecenderungan untuk melakukan kebiasaan sehat akan membuat individu mampu menolak sesuatu yang dapat berdampak buruk bagi dirinya. Individu dengan kebiasaan sehat akan mengutamakan hal-hal yang berdampak positif bagi dirinya meskipun dampak tersebut tidak diterima secara langsung

## **2. *Resisting Temptation* (Menahan Godaan)**

*Resisting temptation* atau menahan godaan merupakan sesuatu yang mencerminkan *work ethic*, yakni bagaimana individu menilai tentang pengaturan dirinya dalam menahan godaan. Individu mampu menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan dengan baik tanpa dipengaruhi oleh hal-hal di luar tugas atau pekerjaan tersebut meskipun menyenangkan. Individu dengan *resisting temptation* yang baik mampu memusatkan perhatiannya sehingga mampu menyelesaikan pekerjaan yang mereka lakukan.

Individu yang sanggup menahan godaan akan bertindak dengan *deliberate* atau *non-impulsive*. *Deliberate* atau *non-impulsive* adalah kecenderungan individu untuk melakukan pertimbangan yang baik, hati-hati, dan tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan dan bertindak, agar tidak terjebak pada perilaku impulsif. Individu akan berpikir dengan hati-hati tentang tindakan yang mereka ambil dan menghindari melakukan sesuatu yang buruk bagi mereka.

### 3. *Self-Discipline* (Disiplin Diri)

Bryant (2011) mendefinisikan disiplin diri sebagai suatu kemampuan individu dalam mengarahkan dan mengatur setiap unsur pada individu selanjutnya dapat mengontrol berbagai. Juga disebutkan oleh Bryant (2011) *self discipline* merupakan sebuah nilai karakter yang memiliki sifat yang di memiliki dan tidak dimiliki oleh individu. Artinya individu dapat belajar disiplin diri, dan menyadari masing-masing tindakan yang diambil, bertanggung jawab untuk itu, dan bukan sesuatu yang dipaksakan.

*Self-discipline* atau disiplin diri merujuk pada kemampuan yang mencerminkan kemampuan pengendalian diri individu. Hal ini berarti bahwa individu mampu memusatkan perhatian pada saat mengerjakan suatu tugas atau suatu aktivitas. Individu dengan *Self-discipline* mampu menahan diri dari hal-hal lain yang dapat mengganggu konsentrasinya.

### 2.3.3 Faktor yang mempengaruhi *Self Control*

#### 1. Usia

Usia merupakan salah satu hal yang mempengaruhi *self control* individu. Seiring bertambahnya usia pada dasarnya akan diikuti dengan bertambahnya kematangan dalam berpikir dan bertindak, dimana individu nantinya akan lebih mampu mengendalikan dirinya (Tri Dayakisni & Hudaniah, 2003). Selain itu, individu akan lebih mampu memikirkan strategi tertentu yang tepat dan efektif yang digunakan untuk mengalihkan perhatian dari objek yang diinginkan saat menahan godaan (Berk, 2006). Dalam artian, mampu mengendalikan pemikiran mengenai tindakan dan objek yang menarik untuk waktu yang lama.

#### 2. Situasi

Faktor selanjutnya yakni situasi, dimana memegang peranan penting dalam proses *self control*. Setiap individu memiliki strategi yang berbeda dalam situasi tertentu, dimana strategi tersebut memiliki karakteristik yang unik. Situasi yang dihadapi tersebut akan dipersepsikan berbeda oleh setiap individu dan juga terkadang situasi yang sama dapat dipersepsikan berbeda sehingga akan mempengaruhi cara menyikapi situasi tersebut. Setiap situasi memiliki karakteristik tertentu yang dapat mempengaruhi pola reaksi yang akan dilakukan oleh individu (Tri Dayakisni & Hudaniah, 2003).

### 3. Pengalaman

Setiap manusia pasti memiliki setiap pengalaman yang akan membantu untuk membentuk dirinya dalam proses belajar. Pengalaman berperan penting dalam pengendalian diri seseorang yang diperoleh dari proses belajar di lingkungan salah satunya keluarga, terutama pada masa kanak-kanak. Pada periode berikutnya individu akan bereaksi dengan menggunakan pola pikir dan pengalaman yang lebih kompleks dari situasi sebelumnya untuk melakukan tindakan, sehingga pengalaman positif akan mendorong seseorang untuk bertindak dengan cara yang sama, sedangkan pengalaman negatif akan dapat mengubah keadaan pola reaksi terhadap situasi (Tri Dayakisni & Hudaniah, 2003).

#### 2.3.4 Dampak *self control*

Chaplin (2008), menyatakan bahwa *self control* merupakan kemampuan untuk mengatur perilaku, kemampuan untuk mengatasi perilaku impulsif dalam diri sendiri. *Self control* dianggap mampu menurunkan kadar kecanduan internet yang merupakan salah satu gangguan kontrol impuls. seperti yang diungkapkan oleh Young dan Abreu (2011) bahwa kecanduan internet merupakan istilah yang mencakup beberapa macam perilaku dan masalah kontrol impuls dan dikategorikan menjadi lima jenis (*cybersexual*, kecanduan dunia maya, kelebihan informasi, kompulsi internet, dan kecanduan komputer).

*Self control* adalah kunci utama diri dan kunci penting menuju kesuksesan dalam hidup. Dalam penelitian lain, ditunjukkan bahwa *self control* yang tinggi juga terkait dengan penyesuaian diri yang lebih baik (termasuk penurunan psikopatologi dan peningkatan *self esteem*), juga berkontribusi terhadap keberhasilan akademik, mengurangi makan berlebihan dan mengurangi penyalahgunaan alkohol, memiliki hubungan yang lebih baik dan memiliki keterampilan interpersonal yang baik (Tangney, Baumesiter, & Boone, 2004).

*Self control* berkontribusi dalam menciptakan hasil positif pada perilaku, bahkan bukti empiris menunjukkan bahwa orang dengan kontrol diri yang baik cenderung memiliki perilaku yang baik dalam segala bidang. *Self control* dapat berkontribusi langsung pada perilaku yang baik, seperti menahan diri dari kata-kata yang menyinggung dan menyakitkan, tetapi juga dapat berkontribusi secara tidak langsung, seperti penolakan seseorang untuk terlibat dalam perilaku berisiko (Crescion, et al., 2011).

### **2.3.5 Pengukuran *self control***

#### **1. *The Self-Control Schedule Rosenbaum***

Skala *The Self-Control Schedule Rosenbaum* merupakan skala yang dikembangkan oleh Rosenbaum (1993). Bentuk skala yang dibuat oleh Rosenbaum untuk mengukur *self control* adalah *schedule* yang terdiri dari 36 item pertanyaan. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan menunjukkan bahwa alat ukur ini

memiliki tingkat reliabilitas sebesar 0,86. Katz & Singh (1986) merupakan peneliti yang telah menggunakan alat ukur ini dalam penelitiannya yang berjudul *A comparison of current smokers and self-cure quitters on the Rosenbaum's self-control schedule*.

## 2. *Low Self-Control Scale Items*

Skala ini dikembangkan oleh Grammick et al. (1993), dimana skala tersebut mengukur rendahnya pengendalian diri pada manusia. Skala ini terdiri dari 24 item pernyataan yang disusun berdasarkan dimensi impulsif, tugas sederhana, pencarian resiko, aktivitas fisik, egois dan pemaarah. Skala ini telah diuji tingkat reliabilitasnya yakni sebesar 0,81. Hochstetler & Murphy (2003) menggunakan alat pengukuran psikologis ini dalam penelitian mereka yang membahas mengenai *self-control behind bars: a validation study of the grasmick et al scale*.

## 2.4 Gambaran Subjek

### 2.4.1 Penggemar *K-pop*

Penggemar adalah seseorang yang menyukai sesuatu dengan antusias dan secara kolektif sekelompok penggemar akan membentuk sebuah kelompok yang biasa disebut *fandom*. *Fandom* digunakan oleh penggemar untuk mencari informasi tentang idola mereka dan juga sebagai tempat untuk berkomunikasi dengan grup beranggotakan 19 orang dengan minat yang sama." *Fandom* memiliki forum khusus yang

memungkinkan penggemar untuk berinteraksi atau berbagi dalam grup melalui *fanbase* media sosial.

Brown, J. A. (2004) menyatakan bahwa *fandom* bukanlah pengabdian buta, tetapi sarana untuk mengekspresikan rasa diri dan hubungan komunal dengan orang lain dalam masyarakat kita yang kompleks. Théberge, P. (2005) menyatakan bahwa menurutnya kelompok penggemar ini biasanya terhubung satu sama lain untuk menemukan selebriti favorit mereka. Penting bagi *fandom* untuk berinteraksi dengan penggemar lain yang memiliki minat yang sama karena memungkinkan pertukaran informasi antar penggemar sehingga terjalin hubungan yang sehat antar penggemar. Di kalangan penggemar K-pop, *fandom* juga menjadi media yang memungkinkan mereka berkomunikasi satu sama lain. Menurut Abd-Rahim, A. (2019) penggemar K-pop adalah orang yang setia dengan budaya populer di Korea Selatan, termasuk musik, drama, dan film.

Munculnya bentuk media digital, komunitas *fandom* cenderung berpartisipasi dalam berbagai diskusi *online* terkait minat mereka, membentuk grup yang dikhususkan untuk genre musik tertentu dan idola individu, dan mendorong interaksi sehari-hari dalam *fandom*, dan antara para penggemar dan musik industri. Keseluruhan ini berkontribusi pada keterlibatan yang berhubungan secara konstan antara masing-masing penggemar itu sendiri. Selain itu, musik Kpop

telah mendapatkan popularitas besar secara internasional karena pemasaran mereka yang hebat sehingga hal ini menunjukkan bahwa musik mereka diterima di seluruh dunia. Menurut Tartila, kegiatan yang dilakukan penggemar dalam hal konsumsi adalah membeli album, K-pop, menonton konser K-pop, mengunggah video penampilan, video musik, musik, *variety show*, *spazzing Twitter* atau *fangirling* (*update* berita K-pop), blog *walking* dan beli *merchandise* atau barang K-pop."

#### 2.4.2 Dewasa Awal

Dewasa awal merupakan fase peralihan dari remaja menuju kehidupan dewasa, dimana terdapat perubahan tanggung jawab dari yang awalnya ketergantungan terhadap orang lain terutama orangtua menjadi lebih mandiri mulai dari segi sosiologis, ekonomis, hingga psikologis. Masa dewasa awal merupakan masa adaptasi terhadap kehidupan individu mulai membangun apa yang ada dalam dirinya, mencapai kemandirian, menikah, memiliki anak-anak, dan membangun persahabatan yang erat (Hurlock, 2004). Seseorang dikatakan mencapai masa dewasa awal biasanya dimulai pada akhir remaja atau awal saat memasuki usia 18 sampai 25 tahun.. Masa ini merupakan masa dimana individu dapat membentuk kemandirian pribadi serta ekonominya sendiri. Perkembangan masa depan menjadi lebih penting daripada selama masa remaja (santrock, 2011)

Putri (2019) menjelaskan bahwa masa dewasa awal sebagai masa dimana individu akan menghadapi berbagai macam permasalahan hidup. Dalam hal ini individu diharapkan mampu dalam menyelesaikan ataupun menghadapi permasalahan tersebut dengan baik. Setiap individu memiliki tugas perkembangan pada setiap fase kehidupannya, termasuk masa dewasa awal, dan setiap tugas perkembangan tersebut akan semakin sulit sesuai dengan tahap perkembangan individu tersebut, oleh karena itu individu harus dapat menyelesaikannya dengan sebaik mungkin.

Aktivitas pengidolaan selebriti harusnya mengalami penurunan dan mulai jarang terjadi pada masa remaja akhir, sehingga individu pada masa dewasa awal seharusnya sudah berhasil membentuk suatu identitas diri, dan mencapai otonomi. Namun, fenomena *celebrity worship* masih marak terjadi di Indonesia terlebih dari orang yang berada pada masa dewasa awal. McCutcheon dkk. (2002) menyatakan bahwa salah satu alasan yang mendasari perilaku tersebut adalah karena kegagalan individu seiring bertambahnya usia masa dewasa awal dalam pembentukan identitas pada masa remaja. Sehingga mereka melakukan aktivitas pengidolaan selebriti yang merupakan salah satu upaya dalam membangun identitas mereka.

## **2.5 Hubungan Media Multitasking, Self Control dan Celebrity Worship**

Seiring berkembangnya industri musik, musik K-pop kini semakin dikenal dan mendunia, termasuk di negara Indonesia, K-pop adalah salah satu genre

musik yang paling banyak disukai. Ketertarikan tersebut, kemudian membuat orang menjadi penggemar dan memuja artis Artis K-pop. Pemujaan yang berlebihan ini kemudian disebut sebagai *celebrity worship*. Bentuk perilaku pemujaan selebriti yang dialami oleh penggemar yakni kecenderungan berperilaku konsumtif, mereka sering menghabiskan waktunya berjam-jam di depan komputer ataupun ponsel pintar yang dimiliki hanya untuk mencari seputar idolanya (Ardia, 2014), adapun memberi serangan verbal terhadap orang-orang yang dianggap menghina idola mereka, dan mencoba melakukan segala macam hal untuk lebih dekat dengan idola mereka meskipun bisa merugikan orang lain.

Penggunaan media tersebut terkadang membuat beberapa orang membentuk kebiasaan dengan melakukan aktivitas secara bersamaan diikuti dengan menggunakan *smartphone*, laptop dan sebagainya yang biasa disebut dengan *multitasking* media. Aktivitas yang sering dijumpai yakni mendengarkan musik sambil mengerjakan tugas kuliah, menggunakan *smartphone* selama menonton TV sebagai bentuk untuk mendapatkan informasi terbaru, yang kemudian memicu penggunaan media sosial atau keterlibatan *APP* lainnya melalui *smartphone* untuk memenuhi kepuasan penonton.

Penggunaan media sudah menjadi gaya hidup dan kebutuhan primer yang harus segera dipenuhi. Beberapa menit setelah bangun dari tidur, sebagian orang akan membuka ponselnya. Begitu juga sebelum tidur, mereka akan membuka alat komunikasi untuk mencari informasi dan aktif di media sosial

(Ganda, 2016). Beberapa dari mereka bahkan begadang hanya untuk aktif di media sosial untuk mengetahui informasi mengenai idolanya. Aktivitas seperti ini memengaruhi jam tidur mereka secara khusus. Beberapa penelitian yang menyatakan bahwa *media multitasking* dengan layar elektronik dapat menyebabkan masalah tidur dan hasil negatifnya (Cain & Gradisar, 2009; van der Schurr et al., 2018).

Penggemar K-pop merasa kebutuhannya terpenuhi dengan menggunakan media tanpa memikirkan risiko akan ketergantungan terhadap media tersebut. Media sosial merupakan salah satu wadah bagi para penggemar k-pop untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhannya. Media sosial dapat menjadi sumber bahaya munculnya potensi kecanduan (Sanz-Blas, Buzova dan Miquel-Romero, 2019). Kecanduan media sosial disebabkan oleh rasa takut ketinggalan informasi yang akhirnya berujung pada penggunaan yang berlebihan. ketakutan kehilangan informasi dan interaksi sosial adalah pendorong utama beban komunikasi dan *multitasking* media (Reinecke et al., 2017). Beberapa penggemar takut ketinggalan berita dapat berperan dalam menonton TV saat menggunakan *smartphone* dan penggunaan *smartphone* selama menonton TV.

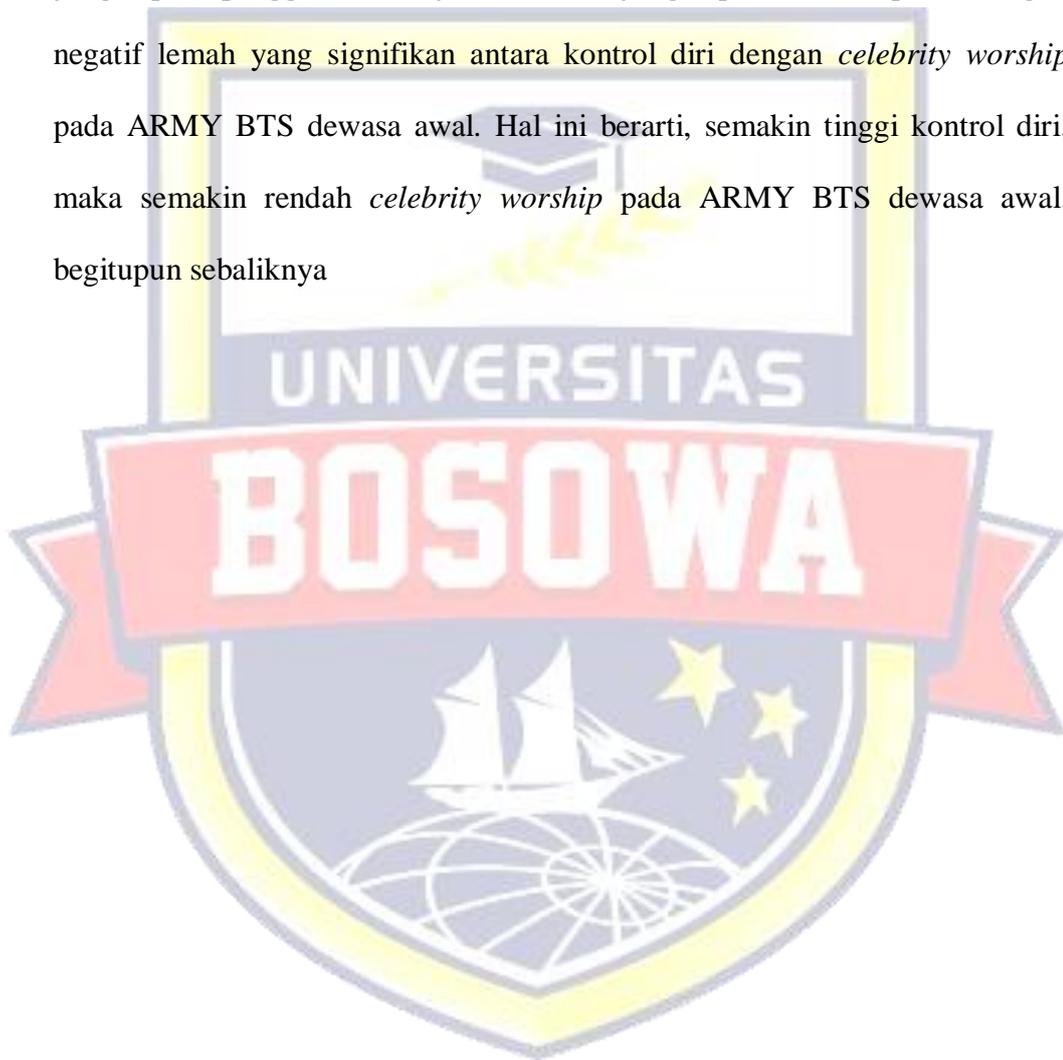
Beberapa penelitian terkait penggunaan media dengan perilaku *celebrity worship*. Penelitian yang dilakukan oleh Reyes et al., (2021) pada subjek pemuda filipina yang menyatakan bahwa pemujaan selebriti dapat meningkatkan risiko kecanduan media sosial. kemudian sebuah studi yang dilakukan oleh Reeves et al. (2013) lebih lanjut menegaskan hasil diperoleh

menemukan bahwa pemujaan selebriti adalah prediktor kuat penggunaan media sosial. Adapun penelitian terkait hubungan antara pemujaan selebriti dan motif orang menonton televisi (Martin et al., 2015) hasil dari analisis kanonik mengidentifikasi hubungan yang relatif kuat antara *celebrity worship* dan motif orang menonton televisi. Pada dasarnya, semakin sering orang menonton televisi dengan berbagai alasan, semakin kuat tingkat pemujaan selebriti mereka.

Kurangnya kontrol diri merupakan salah satu yang menjadi penyebab perilaku *celebrity worship* diikuti dengan penggunaan atau ketergantungan suatu media. Tangney, Baumeister, dan Boone (2004) berpendapat bahwa *self control* merupakan suatu kemampuan untuk mengendalikan dan mengubah respons diri, termasuk mencegah impuls perilaku yang tidak diinginkan dan menahan diri untuk melakukannya. Salah satu respon yang tidak dapat dikendalikan oleh seorang penggemar K-pop yakni, media yang dikonsumsi oleh para penggemar dapat merubah perilaku dari para penggemar itu sendiri. Perilaku konsumsi media yang berlebihan yang sudah berada pada level fanatik yang biasa dilakukan oleh para penggemar K-pop, dari mulai merogoh kocek untuk membeli album, asesoris, poster dan hal-hal lain yang berbau K pop. Penggemar juga menghabiskan waktunya berjam-jam di depan komputer ataupun ponsel pintar yang dimiliki hanya untuk mencari seputar idolanya.

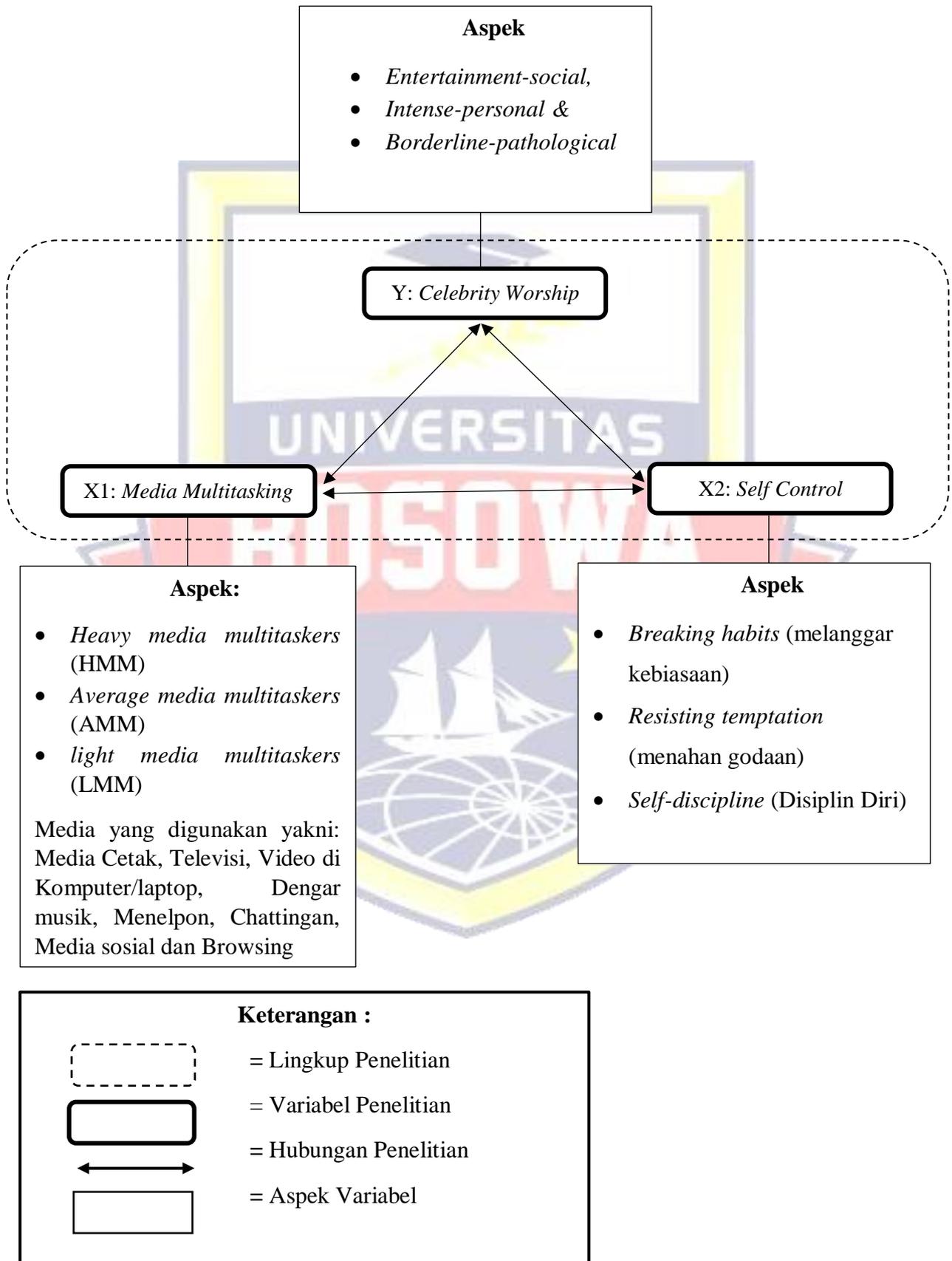
Terdapat beberapa penelitian tentang *self control* dan *celebrity worship*. Hubungan *self control* dengan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar stray kids di Bandung Oleh Adzka Ghaffara & Siti Qodariah (2022). Hasil yang diperoleh menunjukkan adanya hubungan positif yang cukup erat antara

*self control* dengan *celebrity worship*. Artinya, semakin tinggi *self control* maka semakin tinggi pula *celebrity worship* yang dimiliki oleh mahasiswa penggemar Stray Kids di Kota Bandung, begitupun sebaliknya. Berbeda dengan hasil penelitian yang diperoleh oleh Utami et al., (2021) dengan subjek yang dipilih penggemar Army BTS. Hasil yang diperoleh terdapat hubungan negatif lemah yang signifikan antara kontrol diri dengan *celebrity worship* pada ARMY BTS dewasa awal. Hal ini berarti, semakin tinggi kontrol diri, maka semakin rendah *celebrity worship* pada ARMY BTS dewasa awal, begitupun sebaliknya



## 2.6 Kerangka Berpikir

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



## 2.7 Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai suatu jawaban sementara terhadap suatu permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengambil hipotesis yakni:

1. Terdapat hubungan antara *media multitasking* dengan *celebrity worship* pada penggemar K-pop di Makassar
2. Terdapat hubungan antara *self control* dengan *Celebrity worship* pada penggemar K-pop di Makassar
3. Terdapat hubungan antara *media multitasking* dan *self control* pada penggemar K-pop di Makassar



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif yang menyelidiki data berupa angka-angka yang dikumpulkan melalui proses pengukuran dan diolah dengan menggunakan teknik analisis statistik. Kajian inferensi deduktif dan induktif serta aspek keterkaitan antara peristiwa yang dapat diamati, dengan memanfaatkan pemikiran logis ilmiah, lebih berbobot dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif (Azwar, 2017). Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang sistematis terhadap suatu fenomena, dimana mengumpulkan data yang dapat dianalisis menggunakan pendekatan statistik, matematis, atau komputer, (Ramdhan, 2021).

penelitian ini menggunakan jenis penelitian korelasi, yaitu melihat sejauhmana keterkaitan atau keeratan antara satu atau beberapa variabel lainnya. Penelitian jenis korelasional ini bertujuan untuk melihat kaitan hubungan yang ada antar variabel. Secara keseluruhan, penelitian ini berkonsentrasi pada sejauh mana variasi satu variabel terhubung dengan variasi variabel lainnya, yang dapat dilihat dari koefisien korelasinya (Azwar, 2017).

#### **3.2 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan suatu hal yang berkaitan dengan atribut atau karakteristik atau nilai seseorang, objek atau kegiatan bervariasi yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono,

2007). Menurut Azwar (2011) variabel adalah suatu konsep mengenai atribut atau sifat yang terdapat pada subjek penelitian yang bervariasi secara kualitatif maupun kuantitatif". Pada penelitian ini dilakukan identifikasi variabel yang merupakan langkah dalam menentukan variabel utama dalam penelitian dan menentukan fungsinya masing-masing" (Azwar, 2011).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang akan digunakan untuk mengevaluasi potensi masing-masing variabel penelitian. Mengidentifikasi variabel penelitian ini dapat membantu memilih instrumen pengumpulan data dan pengujian hipotesis. Pada penelitian ini menggunakan dua variabel yakni variabel independen dan dependen. Variabel independen adalah mereka yang variasinya tidak berdampak pada variabel lain. Sedangkan variabel dependen merupakan variabel penelitian yang diperkirakan akan menentukan besarnya dampak dan hubungan dengan variabel lain (Azwar, 2011). Pada penelitian ini terdapat 3 variabel yakni sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*Independen*) :
  - *Media Multitasking* (X1)
  - *Self Control* (X2)
2. Variabel Terikat (*Dependen*)
  - *Celebrity worship* (Y)

### 3.3 Definisi Penelitian

#### 3.3.1 Definisi Konseptual

##### 1. *Celebrity Worship*

*Celebrity worship* menurut Maltby, Giles, Barber, dan McCutcheon (2005), adalah perilaku obsesif dan adiktif yang dilakukan oleh para penggemar yang terus-menerus mengikuti kehidupan setiap selebriti yang diidolakan secara mendetail dan terkadang terbawa dalam kehidupan sehari-hari mereka. Semakin tinggi individu mengidolakan selebriti idolanya, maka akan semakin tinggi dalam keterlibatannya dengan selebriti, serta diikuti dengan tingginya tingkat keintiman (*intimacy*) yang diimajinasikan penggemar terhadap selebriti idolanya.

##### 2. *Media Multitasking*

Ophir, Nass, dan Wagner (2009), menyatakan bahwa *media multitasking* adalah kondisi dimana seseorang menggunakan media secara bersamaan atau parsial dalam suatu periode yang sama. Menurut Ophir, Nass, dan Wagner (2009), *multitasking* terbagi menjadi dua, yaitu *concurrent multitasking* dan *sequential multitasking*. *Concurrent multitasking*, aktivitas yang dilakukan secara bersamaan yakni melibatkan indera secara bersamaan. Misalnya penggunaan *headset* dalam mendengarkan musik sambil membaca, berjalan sambil menulis pesan teks atau mencoba membalas pesan *whatsapp* sambil mengikuti alur acara TV.

*Sequential multitasking* adalah aktivitas di mana seseorang menghabiskan waktu lebih lama (dari menit hingga berjam-jam) pada satu tugas sebelum beralih ke tugas lainnya secara berurutan tanpa menyelesaikan tugas pertama. Misalnya penggunaan *smartphone* dan menulis atau peralihan ke berbagai *platform* media seperti media sosial *facebook*, lalu *twitter*, lalu *instagram*, lalu email dan lain sebagainya. Perilaku *media multitasking* terbagi menjadi 2 kelompok, *heavy media multitaskers* (HMM) yang tergolong berat dan *light media multitaskers* (LMM) tergolong ringan.

### 3. *Self Control*

Tangney, Baumeiter, dan Boone (2004) mengatakan bahwa *self control* merupakan kemampuan dalam menyingkirkan atau mengalihkan suatu respon, yang bertujuan untuk menghentikan perilaku-perilaku yang tidak diinginkan dengan menahan diri untuk tidak melakukannya. Selain itu, Tangney menyatakan bahwa *self control* merupakan kemampuan untuk beradaptasi dan mengubah diri agar sesuai dengan kemungkinan terbaik antara diri sendiri dan dunia masyarakat.

### 3.3.2 Definisi Operasional

#### 1. *Celebrity Worship*

*Celebrity worship* merupakan kondisi dimana seseorang menggemari satu atau lebih artis idola, yang menyebabkan

munculnya perilaku obsesif dan adiktif pada penggemar sehingga akan selalu terlibat dalam kehidupan setiap selebriti yang diidolakan bahkan sampai terbawa dalam kehidupan sehari-hari mereka.

## 2. *Media multitasking*

*Media multitasking* adalah suatu kondisi dimana individu melakukan aktivitas secara bersamaan ataupun secara bergantian dengan satu periode yang sama, dimana dalam hal ini salah satu aktivitas tersebut melibatkan penggunaan media. Perilaku media multitasking terbagi menjadi 2 kelompok, *heavy media multitaskers* (HMM) dan *light media multitaskers* (LMM). HMM adalah perilaku *multitasking* media yang tergolong menggunakan media secara berlebihan (intensitas tinggi) atau di atas kewajaran penggunaan. LMM adalah perilaku *multitasking* media yang tergolong menggunakan media secukupnya atau intensitas rendah.

## 3. *Self control*

*Self control* merupakan suatu kemampuan yang dapat menghentikan atau mengendalikan perilaku yang tidak diinginkan dengan mengesampingkan atau mengubah respon untuk menahan diri untuk tidak melakukannya dan mengganti perilaku yang lebih tepat.

### 3.4 Populasi dan Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah jumlah seluruh orang yang diperlukan yang terdiri dari subjek dan objek sebagai syarat dilakukannya penelitian yang disesuaikan dengan keterbatasan yang diperlukan sehingga dapat menjadi data yang akan diteliti (Sugiyono, 2016). Pada kelompok subjek harus memiliki kesamaan ciri dan karakteristik yang membedakannya dengan kelompok subjek lainnya (Azwar: 2013). Adapun populasi di pada penelitian ini ialah penggemar K-pop pada rentang usia 18-25 tahun di kota Makassar yang termasuk ke dalam dewasa awal.

#### 3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan sesuatu hal yang berkaitan dengan subjek penelitian dimana sampel itu sendiri adalah bagian dari populasi (Sugiyono, 2016). Sampel dapat berupa bagian dari besaran dan karakteristik dari populasi. Pada pengambilan sampel menggunakan pendekatan *non-probability* sampling alasannya karena peneliti tidak begitu mengetahui berapa jumlah pasti pada populasi penelitian ini.

Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa teknik sampling adalah cara yang digunakan dalam menentukan sampel dalam penelitian, dimana teknik sampling ini memiliki teknik yang bermacam-macam. Pada penelitian ini, menggunakan prosedur teknik *non-probability* sampling karena tidak ada informasi yang benar-benar spesifik mengenai ukuran populasi dan contoh ini diambil dengan menggunakan strategi

*purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah suatu penentuan sampel dimana dipilih dari antara populasi sesuai dengan yang diinginkan peneliti dengan mempertimbangkan kriteria yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian karakteristik subjek yang ditetapkan oleh peneliti, yaitu:

- a. Penggemar *K-pop* yang bergabung ke dalam satu fandom atau lebih
- b. Berdomisili di Makassar
- c. Berusia 18-25 tahun
- d. Bersedia menjadi responden

Jumlah sampel penelitian dihasilkan yang minimal sebanyak 349 responden yang dihitung berdasarkan tabel Isaac dan Michael dengan taraf kesalahan 5% dengan jumlah sampel yang tak terhingga.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian kali ini adalah menggunakan kuesioner yang disusun melalui *microsoft form*. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang menyajikan daftar pernyataan kepada responden dengan harapan bahwa mereka akan bereaksi terhadap daftar tersebut. Pernyataan dalam kuesioner ini disusun berdasarkan indikator variabel dan pendekatannya adalah memilih salah satu kemungkinan jawaban yang telah disediakan.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian kali ini menggunakan *skala likert*, *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap responden dalam menanggapi pertanyaan atau masalah diberikan kepada pihak yang berkepentingan dalam suatu penelitian (Sarwono, 2012). Dalam penelitian ini terdapat tiga skala yang digunakan yaitu skala *media multitasking*, *self control* dan *celebrity worship*.

### 3.5.1 *Celebrity Worship*

Skala *celebrity worship* yang peneliti gunakan dalam penelitian ini merupakan adaptasi dari Skala Sikap Selebriti yang disusun oleh Maltby, Day, McCutheon, L., Lange, R., dan Houran J. dipublikasikan dalam “*Conceptualization And Measurement Of Celebrity Worship*” pada tahun 2002. Skala ini bertujuan mengukur sejauh mana individu berada dalam atau memiliki perilaku *celebrity worship*. Skala yang digunakan merupakan skala yang telah diadaptasi oleh Aini (2019) dengan reliabilitas skala sebesar 0,880.

Rancangan skala pemujaan selebriti terdiri dari 28 item dengan pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak setuju (TS). Sangat Tidak Setuju (STS), memberikan skor jawaban 4 banding 1 untuk item yang disukai, sedangkan skor jawaban adalah 1 hingga 4 untuk item yang tidak disukai. Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek pada skala pemujaan selebriti, semakin tinggi pemujaan selebriti yang mereka miliki dan begitupun sebaliknya. Pembagian item skala pengendalian diri dapat dilihat pada blue print berikut:

**Tabel 3.1**  
**Blue Print Skala Celebrity Worship**

No	Aspek	Butir Aspek	Jumlah item
1.	<i>Entertainment-Social</i>	4, 12, 14, 15, 17, 19, 22, 23, 26	9
2.	<i>Intense-personal</i>	1, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 16, 20, 24, 27	14
3.	<i>Borderline-pathological</i>	3, 18, 21, 25, 28	5
<b>Jumlah</b>		<b>28</b>	<b>28</b>

### 3.5.2 *Media multitasking*

Pengukuran untuk *media multitasking* yang digunakan pada kali ini yakni *media-use questionnaire*. Kuesioner penggunaan media disajikan kepada subjek dalam bentuk online yang memakan waktu sekitar 20 menit. Kuesioner ini akan membahas 12 bentuk media yang berbeda, yaitu media cetak, televisi, video berbasis komputer (seperti YouTube atau episode televisi online), musik, audio non-musik, video atau permainan komputer, panggilan telepon dan telepon seluler, instan pesan, SMS, email, penjelajahan web, dan aplikasi berbasis komputer lainnya (seperti pengolah kata).

Skala ini bertujuan untuk melihat seberapa banyak subjek menggunakan setiap media selama seminggu dan apakah mereka secara bersamaan menggunakan media lain (Ophir et al., 2009). Skala yang digunakan merupakan skala yang telah diadaptasi oleh Thalib, T (2019). Terdapat beberapa pilihan dalam skala ini yaitu tidak pernah, sangat

jarang, kadang-kadang, sangat sering. Bobot untuk masing-masing pilihan tersebut adalah tidak pernah =0, sangat jarang =0,33, kadang-kadang =0,67, sangat sering = 1.

### 3.5.3 *Self Control*

Skala *self control* yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah adaptasi skala dari Tangney, Baumeister, dan Boone (2004), yang dimuat dalam jurnal berjudul *High self-control Predict Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, And Interpersonal Success*. Skala ini mencoba untuk mengukur kapasitas seseorang untuk mengendalikan impuls dan kemampuan untuk mengubah emosi dan ide seseorang untuk menghindari kecenderungan perilaku yang tidak diinginkan. Skala yang digunakan merupakan skala yang telah diadaptasi oleh Khairunnisa (2019) dengan reliabilitas skala sebesar 0,803.

Skala *self control* ini terdiri dari 25 item dengan pilihan jawabannya Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak setuju (STS). Skor jawaban adalah 4 banding 1 untuk item yang disukai dan skor 1 sampai 4 untuk item yang tidak disukai. Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek dalam skala *self control*, semakin banyak juga memiliki *self control* yang tinggi. Dan sebaliknya adapun sebaran butir-butir item skala *self control*, dapat dilihat pada tabel *blue print* dibawah ini:

**Tabel 3.2**  
**Blue Print Skala Self Control**

No	Aspek	Butir Aspek		Jumlah item
		Fav	Unfav	
1.	<i>Breaking Habits</i> (Melanggar kebiasaan)	5,18, 26	2, 4, 11, 12, 21, 31, 34	10
2.	<i>Resisting Temptation</i> (menahan godaan)	13,30	6, 32	4
3.	<i>Self-Discipline</i> (Disiplin Diri)	7, 15, 22, 36	3, 8, 10, 17, 23, 28, 29	11
<b>Jumlah</b>		<b>9</b>	<b>16</b>	<b>25</b>

### 3.6 Uji Instrumen

#### 3.6.1 Alat Ukur Siap Sebar

Peneliti akan menggunakan alat ukur siap sebar yakni *celebrity worship* yang telah dikonstruksi oleh Aini (2019) dan telah diuji validitas. Hasil aitem terdapat 28 dengan 3 dimensi yang sesuai dengan alat dasar teorinya. Penelitian yang dilakukan oleh Aini pada tahun 2019 menggunakan uji validitas konstruk dengan bantuan *Statistical Program For Social Science (SPSS) Versi 23,0 for windows*.

Adapun pada alat ukur *self control* yang telah diadaptasi oleh Khairunnisa (2019) dan telah diuji validitas. Hasil aitem terdapat 25 dengan 3 dimensi yang sesuai dengan alat dasar teorinya. Penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa pada tahun 2019 menggunakan uji

validitas konstruk dengan menggunakan prosedur *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dengan bantuan program Lisrel 8.70.

### 3.6.2 Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauhmana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya dan merupakan pertimbangan paling utama dalam mengevaluasi kualitas tes sebagai instrumen ukur (Azwar, 2016). Pada uji validitas pada penelitian ini menggunakan prosedur *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dengan bantuan program Lisrel 8.70.

Untuk memastikan data yang diperoleh di lapangan fit dengan model. Untuk dapat melihat data *fit* dengan cara melihat nilai *p-value* dari chi square lebih besar dari 0,05 dan nilai *root mean square approximation (RMSEA)* kurang dari 0,05. Adapun untuk melihat aitem jika faktor loading bernilai positif dan nilai *t-value* di atas 1,96 untuk setiap dimensi yang dapat dilihat pada *out file Lisrel* bagian Lambda-X pada lampiran. Adapun hasil uji validitas pada penelitian ini yakni:

#### a. *Celebrity worship*

Pada skala *celebrity worship* setelah dilakukan uji validitas menggunakan prosedur *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dengan bantuan program Lisrel 8.70. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item yang berjumlah 28 item dinyatakan valid karena telah memenuhi standar ketentuan model fit yaitu memiliki nilai *loading* positif dan nilai *T-value* diatas 1,96 sehingga *blue print* skala *celebrity worship* sama dengan skala sebelum diuji coba.

b. *Self control*

Pada skala *self control* setelah dilakukan uji validitas menggunakan prosedur *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dengan bantuan program Lisrel 8.70, diperoleh dari 25 item terdapat 24 item yang dinyatakan valid, dapat dilihat tabel berikut:

**Tabel 3.3**

***Blue Print Skala Self Control Setelah Uji Coba***

No	Aspek	Butir Aspek		Jumlah item
		Fav	Unfav	
1.	<i>Breaking Habits</i> (Melanggar kebiasaan)	5,18, 26	2, 4, 11, 12, 21, 31, 34	10
2.	<i>Resisting Temptation</i> (menahan godaan)	30	6, 32	3
3.	<i>Self-Discipline</i> (Disiplin Diri)	7, 15, 22, 36	3, 8, 10, 17, 23, 28, 29	11
<b>Jumlah</b>		<b>9</b>	<b>16</b>	<b>24</b>

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji validitas, menunjukkan bahwa dari keseluruhan item *self control* yang berjumlah 25 item yang terbagi ke dalam 3 aspek, terdapat 1 item yang tidak valid karena tidak memenuhi ketentuan nilai faktor loading positif dan nilai *T-value* diatas 1,96. Item yang tidak valid tersebut yakni item 13 dari aspek *resisting temptation*.

### 3.6.3 Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan (Sugiyono, 2014). Suatu data dinyatakan reliabel bila alat ukur tersebut mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten menurut subjek ukurnya (Azwar, 2016). Teknik untuk mengetahui reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini menggunakan analisis reliabilitas Cronbach's Alpha. Analisis dengan teknik ini menggunakan *software SPSS 20 for windows*. Adapun hasil reliabilitas kedua skala dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 3.4**  
**Hasil uji Reliabilitas Skala *Celebrity Worship*, *Media Multitasking* dan *Self Control***

Skala	Reliabilitas
<i>Celebrity Worship</i>	0.934
<i>Media Multitasking</i>	0.908
<i>Self Control</i>	0.840

## 3.7 Teknik Analisis Data

### 3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis data berfokus untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Pada penyajian data hasil analisis deskriptif biasanya digambarkan dalam bentuk tabel, grafik ataupun *bart chart* disertai dengan frekuensi dan persentase yang akan dikategorikan, serta berupa kelompok-kelompok data statistik seperti *mean* dan *varians*.

Penelitian ini menggunakan variabel *media multitasking*, *self control* dan *celebrity worship* yang terlebih dahulu dianalisis guna memperoleh gambaran mengenai frekuensi dan *crosstab* pada masing-masing variabel yang akan diteliti. Selain penggambaran variabel, peneliti juga melakukan analisis demografi, seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan berapa lama menjadi penggemar K-pop. Penelitian ini akan menggunakan bantuan aplikasi SPSS dan *Excel*.

### 3.7.2 Uji Asumsi

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian apakah sebaran data yang diperoleh berasal dari populasi bersifat normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan perangkat lunak pengolah data SPSS. Pengambilan keputusan didasarkan pada data yang berdistribusi normal jika harga  $p > 0,05$  dan jika  $p < 0,05$  maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

#### b. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan salah satu uji asumsi yang melibatkan variabel bebas dan terikat yang bertujuan untuk mengetahui apakah suatu variabel mempunyai hubungan linear atau tidak dengan variabel tersebut. Penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS 20 untuk uji linearitas. Syarat dalam uji linearitas ini yakni jika nilai signifikansi  $< 0,05$  terdapat hubungan yang linear antara

kedua variabel namun, jika nilai signfikansi $>0,05$  maka variabel tersebut tidak memiliki hubungan yang linier secara signifikan.

### 3.7.3 Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian digambarkan sebagai keputusan sementara atas suatu masalah yang diduga (rumusan masalah) yang dimana perlu dibuktikan dengan fakta-fakta atau data yang telah terkumpul. Secara statistik, hipotesis didefinisikan sebagai pernyataan tentang kondisi populasi (parameter) yang kebenarannya akan diuji menggunakan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik). Hipotesis dalam penelitian ini adalah hipotesis asosiatif yang mengkaji apakah ada hubungan antara dua variabel atau lebih yang diperoleh dari populasi dan akan diteliti melalui hubungan antar variabel dalam sampel yang diambil dari populasi.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu:

1. H<sub>0</sub> : Tidak ada hubungan antara *media multitasking* dengan *celebrity worship*

H<sub>1</sub> : ada hubungan antara *media multitasking* dengan *celebrity worship*

2. H<sub>0</sub> : Tidak ada hubungan antara *self control* dengan *celebrity worship*

H<sub>1</sub> : ada hubungan antara *self control* dengan *celebrity worship*

3. H<sub>0</sub> : Tidak ada hubungan antara *media multitasking* dengan *self control*

H1 : ada hubungan antara *media multitasking* dengan *self control*

### 3.8 Jadwal Penelitian

**Tabel 3.1**  
**Jadwal Penelitian**

Uraian kegiatan	Oktober- Desember	Januari- Februari	Maret- April	Mei- Juni	Juli- Agustus
Penyusunan proposal					
Pengambilan data					
Menganalisis hasil penelitian					
Menentukan hasil penelitian					
Penyusunan laporan					
Ujian hasil penelitian					



## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

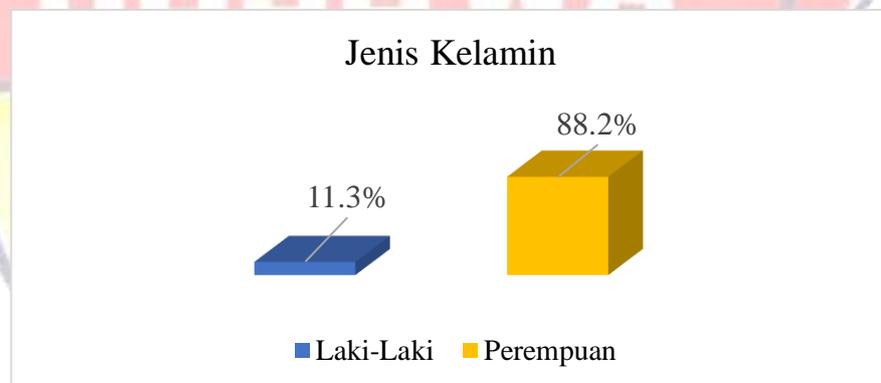
### 4.1 Hasil Analisis

#### 4.1.1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Demografi

##### a. Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari 467 responden diperoleh bahwa terdapat 55 (11,8%) responden dengan jenis kelamin pria dan 412 (88,2%) responden dengan jenis kelamin wanita. Berikut ini disajikan diagram deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin:

**Gambar 4.1**  
**Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

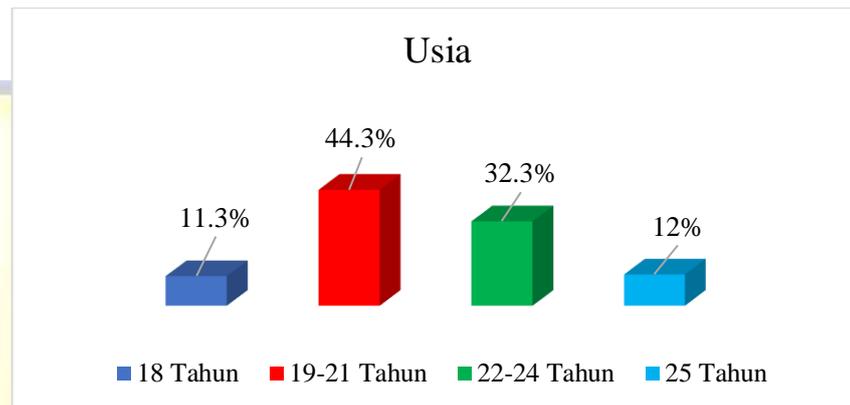


##### b. Usia

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari 467 responden diperoleh bahwa terdapat 78 (11,3%) responden dengan usia 18 tahun, usia 19-21 tahun sebanyak 207 (44,3%) responden, lalu usia 22-24 tahun sebanyak 151 (32,3%) responden dan usia 25 tahun

sebanyak 56 (12%) responden. Berikut disajikan diagram deskripsi responden berdasarkan usia:

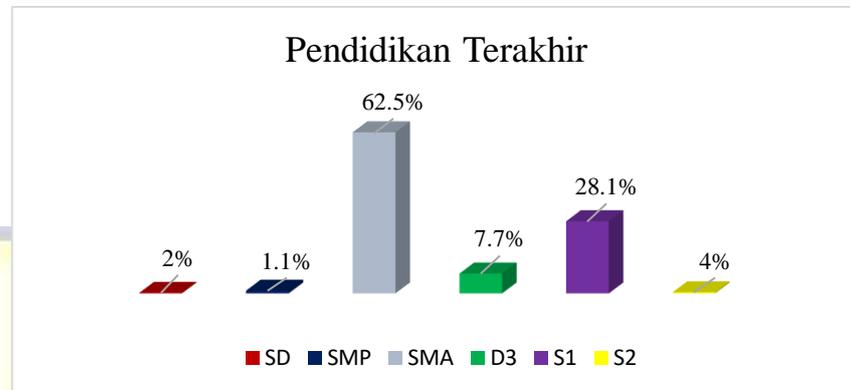
**Gambar 4.2**  
**Diagram Responden Berdasarkan Usia**



### c. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari 467 responden diperoleh bahwa terdapat 1 (2%) responden dengan pendidikan terakhir di tingkat SD, pada tingkat SMP berjumlah sebanyak 5 (1,1%) responden, lalu pada tingkat SMA sebanyak 292 (62,5%) responden, pada tingkat D3 berjumlah sebanyak 36 (7,7%) responden, pada pendidikan terakhir S1 berjumlah sebanyak 131 (28,1%), dan sebanyak 2 (4%) responden dengan pendidikan terakhir di tingkat S2. Berikut disajikan diagram deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir.

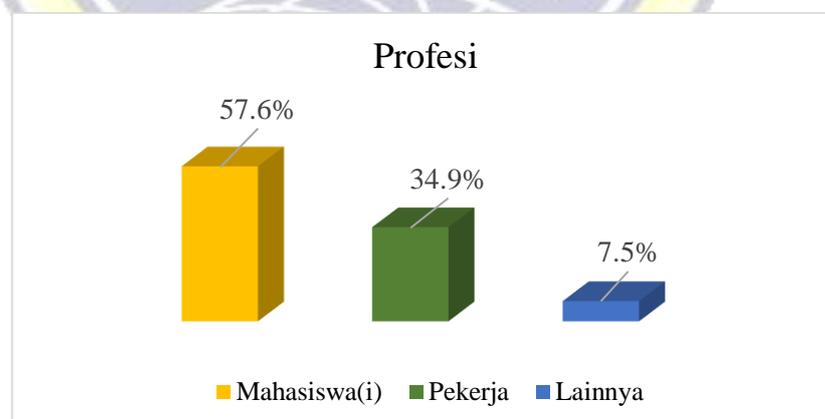
**Gambar 4.3**  
**Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**



**d. Profesi**

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari 467 responden diperoleh bahwa terdapat 78 (11,3%) responden dengan profesi mahasiswa(i), pada profesi pekerja berjumlah sebanyak 163 (34,9%) responden dan profesi lainnya berjumlah sebanyak 35 (7,5%) responden. Berikut disajikan diagram deskripsi responden berdasarkan profesi:

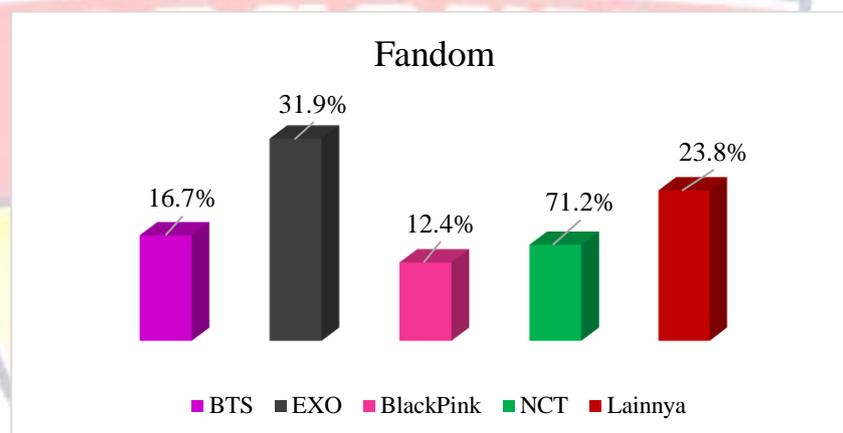
**Gambar 4.4**  
**Diagram Responden Berdasarkan Profesi**



### e. *Fandom*

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari 467 responden diperoleh bahwa terdapat 78 (16,7%) responden berada pada fandom BTS, pada *fandom* EXO berjumlah sebanyak 149 (31,9%) responden, lalu pada *fandom* BlackPink berjumlah sebanyak 58 (12,4%) responden, pada *fandom* NCT berjumlah sebanyak 71 (15,2%) responden dan sebanyak 111 (23,8%) responden pada *fandom* lainnya. Berikut disajikan diagram deskripsi responden berdasarkan *fandom*:

**Gambar 4.5**  
**Diagram Responden Berdasarkan *Fandom***

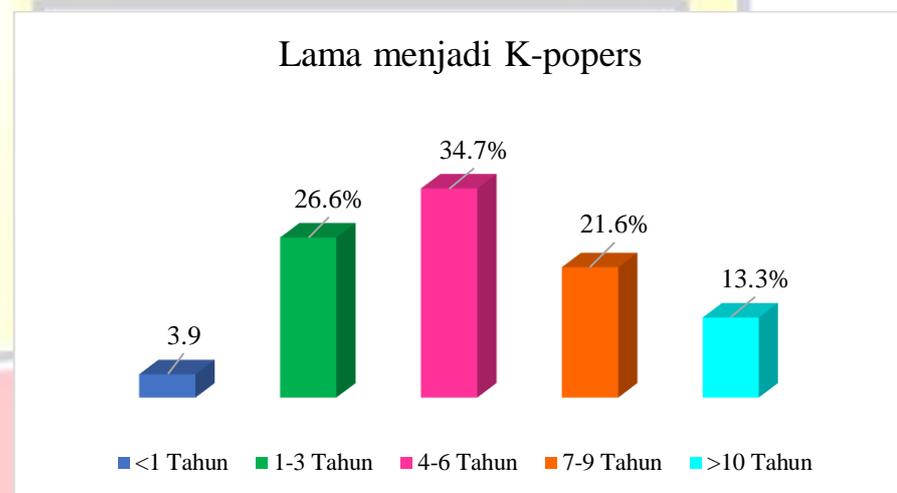


### f. Lama Menjadi K-popers

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari 467 responden diperoleh bahwa dalam rentang waktu <1 tahun menjadi k-popers terdapat 18 (3,9%) responden, untuk rentang waktu 1-3 tahun sebanyak 123 (26,6%) responden, kemudian rentang waktu 4-6 tahun sebanyak 162 (34,7%) responden, rentang waktu 7-9 tahun

sebanyak 101 (21,6%) responden, dan sebanyak 62 (13,3%) responden yang menjadi k-popers selama rentang waktu >10 tahun. Berikut disajikan diagram deskripsi responden berdasarkan fandom:

**Gambar 4.6**  
**Diagram Responden Berdasarkan Lama menjadi K-popers**



#### 4.1.2 Analisis Variabel Berdasarkan Demografi

Analisis deskriptif pada penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS dan Excel. Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk melihat gambaran variabel dalam penelitian. Pada penelitian ini hasil analisis deskriptif dibagi menjadi lima kategori yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi. Uraian kategori pada tabel berikut berdasarkan persyaratan (Azwar, 2016):

**Tabel 4.1**  
**Batas Kategori**

Batas Kategori	Keterangan
$X > (M + 1.5 SD)$	Sangat Tinggi

Batas Kategori	Keterangan
$(M + 0.5 SD) < X \leq (M + 1.5 SD)$	Tinggi
$(M - 0.5 SD) < X \leq (M + 0.5 SD)$	Sedang
$(M - 1.5 SD) < X \leq (M + 0.5 SD)$	Rendah
$(M - 1.5 SD) \leq X$	Sangat Rendah

a. Deskriptif *Celebrity Worship* Pada Penggemar K-pop di Kota Makassar

Hasil analisis deskriptif skor *Celebrity Worship* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Analisis Data Empirik Variabel *Celebrity Worship***

Sampel	Mean	Skor		Standar Deviasi
		Maximum	Minimum	
467	94	137	33	18

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil statistik empirik menunjukkan bahwa skor *celebrity worship* dengan jumlah subjek sebanyak 467 orang dengan mean sebesar 94, skor maximum yaitu 137, skor minimum yaitu 33, dan nilai standar deviasi yaitu 18.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Kategorisasi Skor Tingkatan *Celebrity Worship***

Kriteria Statistik	Rentang Skor	Keterangan	N	Persen (%)
$X \geq (M + 1,5 SD)$	$X \geq 121$	Sangat Tinggi	36	7.7%
$(M + 0,5 SD) \leq X < (M + 1,5 SD)$	$103 \leq X < 121$	Tinggi	103	22.1%
$(M - 0,5 SD) \leq X < (M + 0,5 SD)$	$85 \leq X < 103$	Sedang	164	35.1%

Kriteria Statistik	Rentang Skor	Keterangan	N	Persen (%)
$(M - 1,5 SD) \leq X < (M - 0,5 SD)$	$67 \leq X < 85$	Rendah	137	29.3%
$X \leq (M - 1,5 SD)$	$X \leq 67$	Sangat Rendah	27	5.8%

Berdasarkan tabel hasil analisis di atas dengan menggunakan statistik empirik, maka dapat diketahui dari 467 responden menunjukkan bahwa terdapat 27(5.8%) responden berada pada kategori sangat rendah, 137(29.3%) responden berada pada kategori rendah, 164(35.1%) responden berada pada kategori sedang, 103(22.1%) responden berada pada kategori tinggi dan pada kategori sangat tinggi terdapat 36(7.7%) responden.

- b. Deskriptif *Media Multitasking* Pada Penggemar K-pop di Kota Makassar.

Hasil analisis deskriptif skor *media multitasking* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Analisis Data Empirik Variabel *Media Multitasking***

Sampel	Mean	Skor		Standar Deviasi
		Maximum	Minimum	
467	0.71	3.96	0.2	0.62

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil statistik empirik menunjukkan bahwa skor *media multitasking* dengan jumlah subjek sebanyak 467 responden dengan mean sebesar 0.71, skor maximum yaitu 3.96, skor minimum yaitu 0.2, dan nilai standar deviasi yaitu 0.62

**Tabel 4.5**  
**Hasil Kategorisasi Skor Tingkatan *Media Multitasking***

Kriteria Statistik	Rentang Skor	Keterangan	N	Persen(%)
$X \geq (M + 1,5 SD)$	$X \geq 1.64$	Sangat Tinggi	33	7.1%
$(M + 0,5 SD) \leq X < (M + 1,5 SD)$	$1.02 \leq X < 1.64$	Tinggi	73	15.6%
$(M - 0,5 SD) \leq X < (M + 0,5 SD)$	$0.4 \leq X < 1.02$	Sedang	189	40.5%
$(M - 1,5 SD) \leq X < (M - 0,5 SD)$	$-0.22 \leq X < 0.4$	Rendah	172	36.8%
$X \leq (M - 1,5 SD)$	$X \leq -0.22$	Sangat Rendah	-	-

Berdasarkan tabel hasil analisis di atas dengan menggunakan statistik empirik, maka dapat diketahui dari 467 responden menunjukkan bahwa tidak terdapat (0) responden berada pada kategori sangat rendah, 172(36.8%) responden berada pada kategori rendah, 189(40.5%) responden berada pada kategori sedang, 73(15.6%) responden berada pada kategori tinggi dan pada kategori sangat tinggi terdapat 36(7.7%) responden.

- c. Deskriptif *Self Control* Pada Penggemar K-pop di Kota Makassar  
 Hasil analisis deskriptif skor *media multitasking* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Analisis Data Empirik Variabel *Self Control***

Sampel	Mean	Skor		Standar Deviasi
		Maximum	Minimum	
467	65	93	41	9

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil statistik empirik menunjukkan bahwa skor *self control* dengan jumlah subjek

sebanyak 467 responden dengan mean sebesar 65, skor maximum yaitu 93, skor minimum yaitu 41, dan nilai standar deviasi yaitu 9.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Kategorisasi Skor Tingkatan *Self Control***

Kriteria Statistik	Rentang Skor	Keterangan	N	Persen (%)
$X \geq (M + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 78.5$	Sangat Tinggi	37	7.9%
$(M + 0,5 \text{ SD}) \leq X < (M + 1,5 \text{ SD})$	$69.5 \leq X < 78.5$	Tinggi	92	19.7%
$(M - 0,5 \text{ SD}) \leq X < (M + 0,5 \text{ SD})$	$51.5 \leq X < 69.5$	Sedang	185	39.6%
$(M - 1,5 \text{ SD}) \leq X < (M - 0,5 \text{ SD})$	$60.5 \leq X < 51.5$	Rendah	-	-
$X \leq (M - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 60.5$	Sangat Rendah	153	32.8%

Berdasarkan tabel hasil analisis di atas dengan menggunakan statistik empirik, maka dapat diketahui dari 467 responden menunjukkan bahwa 153(32.8%) responden berada pada kategori sangat rendah, tidak terdapat (0) responden berada pada kategori rendah, 185(39.6%) responden berada pada kategori sedang, 92(19.7%) responden berada pada kategori tinggi dan pada kategori sangat tinggi terdapat 37(7.9%) responden.

#### 4.1.3 Deskriptif Variabel Penelitian Berdasarkan Berdasarkan Demografi

- a. Deskriptif *Celebrity Worship* Berdasarkan Demografi

**Tabel 4.8**  
Deskriptif *Celebrity Worship* Berdasarkan Demografi

Deskriptif <i>Celebrity Worship</i> Berdasarkan demografi	Karakteristik	Kategorisasi <i>Celebrity Worship</i>				
		SR	R	S	T	ST
Jenis Kelamin	Laki-laki	6	16	15	13	5
	Perempuan	21	121	149	90	31
Usia	18 Tahun	2	12	22	9	8
	19-21 Tahun	14	64	65	51	13
	22-24 Tahun	8	42	53	35	13
	25 Tahun	3	19	24	8	2
Pendidikan Terakhir	SD	1	0	0	0	0
	SMP	0	1	3	0	1
	SMA	16	88	100	65	23
	D3	1	10	12	9	4
	S1	9	37	48	29	8
	S2	0	1	1	0	0
Profesi	Mahasiswa(i)	19	88	88	60	14
	Pekerja	6	39	62	36	20
	Lainnya	2	10	14	7	2
Fandom	BTS	7	20	26	19	6
	EXO	4	37	55	41	12
	Blackpink	5	12	21	11	9
	NCT	3	23	22	16	7
	Lainnya	8	45	40	16	2
Lama Menjadi K-popers	<1 Tahun	5	3	5	2	3
	1-3 Tahun	5	26	42	37	14
	4-6 Tahun	8	50	55	39	10
	7-9 Tahun	6	33	39	17	6
	>10 Tahun	3	25	23	8	3

Berdasarkan hasil tabel di atas memperlihatkan deskripsi *celebrity worship* berdasarkan demografi, diperoleh bahwa jenis kelamin laki-laki, terdapat 6 responden dengan kategori sangat rendah(SR), 16 responden dengan kategori rendah(R), 15 responden dengan kategori sedang(S), 13 responden dengan kategori tinggi(T) dan pada kategori sangat tinggi(ST) terdapat 5 responden. Kemudian pada jenis kelamin perempuan terdapat 21 responden dengan kategori sangat rendah(SR), 121 responden dengan kategori rendah(R), 149 responden dengan kategori sedang(S), 90 responden dengan kategori tinggi(T), dan pada kategori sangat tinggi(ST) terdapat 3 responden.

Pada demografi usia, diperoleh bahwa pada usia 18 tahun terdapat 2 responden pada kategori sangat rendah(SR), 12 responden dengan kategori rendah(R), 22 responden dengan kategori sedang (S), 9 responden dengan kategori tinggi (T), 8 responden dengan kategori sangat tinggi (ST). Pada usia 19-21 tahun, terdapat 14 responden dengan kategori sangat rendah(SR), 64 responden dengan kategori rendah(R), 65 responden dengan kategori sedang(S), 51 responden dengan kategori tinggi(T), dan pada kategori sangat tinggi(ST) terdapat 13 responden. Untuk penjelasan deskripsi *celebrity worship* berdasarkan demografi selanjutnya dapat dilihat pada tabel 4.1.

b. Deskriptif *media multitasking* Berdasarkan Demografi

**Tabel 4.9**  
**Deskriptif *Media Multitasking* Berdasarkan Demografi**

Deskriptif <i>Media Multitasking</i> Berdasarkan demografi	Karakteristik	Kategorisasi <i>Media Multitasking</i>				
		SR	R	S	T	ST
<b>Jenis Kelamin</b>	Laki-laki	0	15	24	10	6
	Perempuan	0	157	165	63	27
<b>Usia</b>	18 Tahun	0	16	22	12	3
	19-21 Tahun	0	72	90	31	14
	22-24 Tahun	0	61	61	21	8
	25 Tahun	0	23	16	9	8
<b>Pendidikan Terakhir</b>	SD	0	1	0	0	0
	SMP	0	1	2	0	2
	SMA	0	102	121	50	19
	D3	0	11	13	4	8
	S1	0	56	53	19	3
	S2	0	1	0	0	1
<b>Profesi</b>	Mahasiswa(i)	0	102	112	38	17
	Pekerja	0	55	63	30	15
	Lainnya	0	15	14	5	1
<b>Fandom</b>	BTS	0	25	30	17	6
	EXO	0	61	52	27	9
	Blackpink	0	14	28	6	10
	NCT	0	27	30	10	4
	Lainnya	0	45	49	13	4
<b>Lama Menjadi K-popers</b>	<1 Tahun	0	5	6	2	5
	1-3 Tahun	0	44	53	15	12
	4-6 Tahun	0	62	61	31	8
	7-9 Tahun	0	40	40	17	4
	>10 Tahun	0	21	29	8	4

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan deskripsi *media multitasking* berdasarkan demografi, diperoleh bahwa pada semua demografi tidak terdapat responden pada kategori sangat rendah(SR).

Pada jenis kelamin laki-laki, terdapat 15 responden dengan kategori rendah(R), 24 responden dengan kategori sedang(S), 10 responden dengan kategori tinggi(T) dan pada kategori sangat tinggi(ST) terdapat 6 responden. Kemudian pada jenis kelamin perempuan terdapat 157 responden dengan kategori rendah, 165 responden dengan kategori sedang(S), 63 responden dengan kategori tinggi(T), dan pada kategori sangat tinggi(ST) terdapat 27 responden.

Pada demografi usia, diperoleh bahwa pada usia 18 tahun 16 responden dengan kategori rendah(R), 22 responden dengan kategori sedang (S), 12 responden dengan kategori tinggi (T), 3 responden dengan kategori sangat tinggi (ST). Pada usia 19-21 tahun, 72 responden dengan kategori rendah(R), 90 responden dengan kategori sedang(S), 31 responden dengan kategori tinggi(T), dan pada kategori sangat tinggi(ST) terdapat 14 responden. Untuk penjelasan deskripsi *media multitasking* berdasarkan demografi selanjutnya dapat dilihat pada tabel 4.1.

c. Deskriptif *Self Control* Berdasarkan Demografi

**Tabel 4.10**  
**Deskriptif *Self Control* Berdasarkan Demografi**

Deskriptif <i>Self Control</i> Berdasarkan demografi	Karakteristik	Kategorisasi <i>Self Control</i>				
		SR	R	S	T	ST
Jenis Kelamin	Laki-laki	25	0	15	11	4
	Perempuan	128	0	170	81	33

Deskriptif <i>Self Control</i> Berdasarkan demografi	Karakteristik	Kategorisasi <i>Self Control</i>				
		SR	R	S	T	ST
<b>Usia</b>	18 Tahun	25	0	17	9	2
	19-21 Tahun	70	0	83	42	12
	22-24 Tahun	44	0	58	31	18
	25 Tahun	14	0	27	10	5
<b>Pendidikan Terakhir</b>	SD	0	0	1	0	0
	SMP	1	0	4	0	0
	SMA	103	0	104	60	25
	D3	8	0	15	8	5
	S1	41	0	60	24	6
	S2	0	0	1	0	1
<b>Profesi</b>	Mahasiswa(i)	95	0	104	57	13
	Pekerja	47	0	63	30	23
	Lainnya	11	0	18	5	1
<b>Fandom</b>	BTS	26	0	29	18	5
	EXO	39	0	64	34	12
	Blackpink	20	0	20	9	9
	NCT	20	0	32	15	4
	Lainnya	48	0	40	16	7
<b>Lama Menjadi K- popers</b>	<1 Tahun	9	0	6	3	0
	1-3 Tahun	43	0	42	26	13
	4-6 Tahun	56	0	67	27	12
	7-9 Tahun	29	0	47	19	6
	>10 Tahun	16	0	23	17	6

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan deskripsi *self control* berdasarkan demografi, diperoleh bahwa pada semua demografi tidak terdapat responden pada kategori rendah(R). Pada jenis kelamin laki-laki, terdapat 25 responden dengan kategori sangat rendah(SR), 15 responden dengan kategori sedang(S), 11 responden dengan kategori tinggi(T) dan pada kategori sangat tinggi(ST) terdapat 4 responden. Kemudian pada jenis kelamin perempuan terdapat 128 responden dengan kategori sangat rendah(SR), 170 responden dengan kategori

sedang(S), 81 responden dengan kategori tinggi(T), dan pada kategori sangat tinggi(ST) terdapat 33 responden.

Pada demografi usia, diperoleh bahwa pada usia 18 Tahun terdapat 25 responden dengan kategori sangat rendah(SR), 17 responden dengan kategori sedang (S), 9 responden dengan kategori tinggi (T), 2 responden dengan kategori sangat tinggi (ST). Pada usia 19-21 tahun, terdapat 70 responden dengan kategori sangat rendah(SR), 83 responden dengan kategori sedang(S), 42 responden dengan kategori tinggi(T), dan pada kategori sangat tinggi(ST) terdapat 12 responden. Untuk penjelasan deskripsi *self control* berdasarkan demografi selanjutnya dapat dilihat pada tabel 4.1.

## **4.2 Hasil Uji Asumsi**

### **4.2.1 Hasil Analisis Uji Normalitas**

Pada uji normalitas penelitian ini, menggunakan program analisis statistik SPSS 20 dengan menggunakan teknik *kolmogorov-Smirnov* untuk memastikan apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Menurut pedoman umum uji normalitas, data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansinya  $>0.05$ , begitupun data dianggap tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansinya  $< 0.05$  (Sugiyono, 2014).

Tabel di bawah ini menunjukkan hasil uji normalitas:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Kolmogorv*	Sig**	Keterangan
<i>Celebrity Worship, Media</i>	0.64	0.809	Berdistribusi
<i>Multitasking dan Self Control</i>			Normal

Keterangan: \*Sig = nilai signifikansi uji normalitas,  $p > 0,05$

Berdasarkan tabel hasil data uji normalitas diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0.809. Nilai ini lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang telah diuji berdistribusi normal.

#### 4.2.2 Hasil Analisis Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan linier antara variabel X dan Y yang signifikan atau tidak. Pada penelitian ini menggunakan program analisis statistik SPSS 20, dengan menggunakan teknik uji ANOVA. Nilai signifikansi dari nilai linieritas dapat digunakan untuk menentukan bagaimana uji linearitas harus diinterpretasikan. Suatu variabel dikatakan linear secara signifikan terjadi ketika nilai *linearity*  $< 0,05$ , dan sebaliknya apabila nilai *linearity*  $> 0,05$  maka data tersebut tidak memiliki korelasi linear yang signifikan. Tabel di bawah ini menunjukkan hasil uji linieritas.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Linearitas**

Variabel	Linearity		Keterangan
	F*	Sig.F**	
<i>Celebrity Worship</i> , dan	0.105	0.777	Tidak Linear
<i>Media Multitasking</i>			
<i>Celebrity Worship</i> dan	0.168	0.632	Tidak Linear
<i>Self Control</i>			
<i>Self Control</i> dan <i>Media</i>	7.953	0.008	Linear
<i>Multitasking</i>			

Keterangan: \*sig = nilai signifikansi  $p < 0.05$

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai sig *Linearity* antara *celebrity worship* terhadap *media multitasking* sebesar 0.777, dimana nilai signifikan tersebut  $>0.05$  maka hubungan kedua variabel tersebut adalah tidak linear. Kemudian nilai sig *Linearity* antara *celebrity worship* terhadap *self control* sebesar 0.632 dimana nilai signifikan tersebut  $>0.05$  maka hubungan kedua variabel tersebut adalah tidak linear. Kemudian pada nilai sig *Linearity* antara *media multitasking* terhadap *self control* sebesar 0.008, dimana nilai signifikan tersebut  $<0.05$  maka hubungan kedua variabel tersebut adalah linear.

### 4.2.3 Hasil Uji Hipotesis

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data uji statistik parametrik dan non-parametrik. Peneliti menggunakan kedua teknik ini karena beberapa variabel tidak terpenuhi secara bersyarat pada uji asumsi linearitas. Untuk mencari hubungan antara variabel satu dengan yang lainnya menggunakan analisis korelasi. Setelah perhitungan dari uji korelasi tersebut barulah hipotesis dapat dibuktikan. Perhitungan uji korelasi *bivariat* dilakukan menggunakan bantuan *software* SPSS 20.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

4. H0 : Tidak ada hubungan antara *media multitasking* dengan *celebrity worship*

H1 : ada hubungan antara *media multitasking* dengan *celebrity worship*

5. H0 : Tidak ada hubungan antara *self control* dengan *celebrity worship*

H1 : ada hubungan antara *self control* dengan *celebrity worship*

6. H0 : Tidak ada hubungan antara *media multitasking* dengan *self control*

H1 : ada hubungan antara *media multitasking* dengan *self control*

Berikut ini adalah hasil uji hipotesis variabel, *media multitasking*, *self control* dan *celebrity worship* dan akan terlampir hasil analisis uji hipotesis, sebagai berikut:

a. Hubungan *Media Multitasking* terhadap *Celebrity Worship*

Pada penelitian ini menggunakan uji korelasi *bivariate* untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *media multitasking* dengan *celebrity worship*. Adapun teknik yang digunakan yakni non-parametrik *spearman's rho* yang didasarkan pada uji prasyarat yang tidak memenuhi untuk dilanjutkan ke analisis statistik parametrik. Berikut ini hasil analisis uji korelasi menggunakan *spearman's rho*:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Hipotesis *Celebrity Worship* dan *Media Multitasking***

Variabel	r	Sig.	Keterangan
<i>Celebrity Worship</i>	0.083	0.074	Tidak
terhadap <i>Media Multitasking</i>			Memiliki Hubungan

Ket: r = Koefisien Korelasi, Sig. = Signifikansi

Berdasarkan tabel di atas yang merupakan hasil uji korelasi memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.074 ( $> 0.05$ ) maka hipotesisnya  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak, yang artinya bahwa tidak terdapat hubungan antara *media multitasking* dengan *celebrity worship*.

b. Hubungan *Self Control* terhadap *Celebrity Worship*

Pada penelitian ini menggunakan korelasi *bivariate* untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *self control* dengan *celebrity worship*. Adapun teknik yang digunakan yakni non-parametrik *spearman's rho* yang didasarkan pada uji prasyarat

yang tidak memenuhi untuk dilanjutkan ke analisis statistik parametrik. Berikut ini hasil analisis uji korelasi menggunakan *spearman's rho*:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Hipotesis *Self Control* dan *Celebrity Worship***

Variabel	r	Sig.	Keterangan
<i>Self Control</i> terhadap <i>Celebrity Worship</i>	-0.037	0.420	Tidak Memiliki Hubungan

**Ket: r = Koefisien Korelasi, Sig. = Signifikansi**

Berdasarkan tabel di atas yang merupakan hasil uji korelasi memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.420 ( $> 0.05$ ) maka hipotesisnya  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak, yang artinya bahwa tidak terdapat hubungan antara *self control* dengan *celebrity worship*.

c. Hubungan *Self Control* terhadap *Media Multitasking*

Pada penelitian ini menggunakan uji korelasi *bivariate* untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *self control* dengan *media multitasking*. Adapun teknik yang digunakan yakni statistik parametrik *korelasi pearson* atau *korelasi product moment test* karena kedua variabel ini memenuhi uji prasyarat pada saat uji asumsi. Berikut tabel hasil analisis uji korelasi menggunakan *pearson product moment*:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Hipotesis *Media Multitasking* dan *Self Control***

Variabel	r	Sig.	Keterangan
<i>Media Multitasking</i>	0.124	0.007	Memiliki
terhadap <i>Self Control</i>			Hubungan

**Ket: r = Koefisien Korelasi, Sig. = Signifikansi**

Berdasarkan tabel di atas yang merupakan hasil uji korelasi memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.007 ( $< 0.05$ ) maka hipotesisnya  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, yang artinya bahwa terdapat hubungan antara *self control* dengan *media multitasking*. Selain itu, nilai dari koefisien korelasi adalah  $r = 0.124$  menunjukkan jika antara *media multitasking* dengan *self control* memiliki hubungan positif dan tingkat kekuatan hubungan sangat lemah.

### 4.3 Pembahasan

#### 4.3.1 Gambaran *Celebrity Worship* pada penggemar K-pop di Kota Makassar

Pada hasil analisis deskriptif pada variabel *celebrity worship* pada penggemar k-pop di kota Makassar diketahui bahwa dari 467 menunjukkan bahwa terdapat 27(5.8%) responden berada pada kategori sangat rendah, 137(29.3%) responden berada pada kategori rendah, 164(35.1%) responden berada pada kategori sedang, 103(22.1%) responden berada pada kategori tinggi dan pada kategori sangat tinggi terdapat 36(7.7%) responden.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar K-pop memiliki perilaku *celebrity worship* yang tergolong sedang dengan persentase sebesar 35,1%. Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan seorang penggemar K-pop masih memiliki keterlibatan dengan selebriti idolanya. Menurut Raviv (1996), mengatakan bahwa semakin seseorang melakukan pengidolaan atau berhubungan dengan sosok selebriti tertentu, maka akan memiliki rasa keintiman (*intimacy*) yang lebih tinggi terhadap sosok selebriti yang diidolakan, yang kemudian terbentuklah perilaku memuja selebriti atau *celebrity worship*.

*Celebrity worship* pada tingkat sedang ini dapat dikaitkan pada aspek *celebrity worship* yaitu *intense-personal*. Pada tingkatan ini penggemar diasumsikan memiliki perasaan intensif dan kompulsif terhadap selebriti, dan hampir mendekati perasaan obsesi. Penggemar menganggap mengetahui berita apapun terkait idolanya bahkan informasi pribadi terkait idola tersebut adalah suatu kebutuhan. Penggemar juga merasakan empati yang tinggi terhadap idolanya, sehingga penggemar merasa ikut merasakan apa yang artis idolanya rasakan. Penggemar juga akan merasakan bahwa mereka memiliki ikatan antara dirinya dan idola favoritnya (Maltby, 2004).

Ciri-ciri penggemar K-pop yang termasuk ke dalam tingkatan *celebrity worship intense-personal* adalah setiap penggemar yang sudah memiliki rasa empati terhadap idolanya biasanya mampu untuk merasakan apa yang

dirasakan oleh idola mereka, bahkan bisa lebih dalam dibandingkan dengan perasaan sang idola tersebut. Penggemar K-pop juga menganggap bahwa keberhasilan idola mereka adalah keberhasilan mereka juga, begitu pun ketika idolanya mengalami kegagalan. Ciri kedua adalah penggemar K-pop akan berusaha meniru mulai dari segi penampilan hingga cara bicara sang idola. Penggemar K-pop juga akan membeli dan mengenakan barang-barang yang telah digunakan oleh sang idola.

Sedangkan untuk responden yang memiliki *celebrity worship* sangat tinggi yaitu sebanyak 36 (7,7%) responden memiliki makna bahwa penggemar k-pop pada penelitian ini termasuk ke dalam tingkatan *celebrity worship borderline-pathological*. Pada tingkatan ini penggemar diasumsikan memiliki pemikiran yang irasional dan tidak terkontrol tentang selebriti idolanya. Penggemar juga akan siap mengambil tindakan apa pun yang diperlukan untuk mendukung idolanya, meskipun itu berarti melanggar hukum dan membahayakan banyak pihak (Maltby et al., 2004). Saat penggemar K-pop menunjukkan kecenderungan *borderline-patological*, mereka cenderung mengalami pengalaman disosiatif, yang mungkin menyulitkan mereka untuk mengintegrasikan pengalaman, pikiran, dan perasaan mereka ke dalam kesadaran dan ingatan sehari-hari Maltby dkk. (2006).

Ciri-ciri dari penggemar K-pop yang termasuk ke dalam tingkatan *celebrity worship borderline-pathological* yakni penggemar memiliki perilaku dan fantasi tidak terkontrol terhadap idolanya, para penggemar ini

juga kerap berkhayal bahwa idola mereka adalah pacar atau bahkan suaminya. Penggemar yang berada pada tahap ini berperilaku obsesif terhadap idola mereka. Penggemar percaya bahwa idola mereka adalah milik mereka dan tidak ada yang bisa menjauhkan mereka dari dirinya. Oleh karena itu, jika seseorang mempunyai kesempatan untuk dekat dengan idolanya, misalnya melalui pacar, maka ia akan menjadi marah dan bahkan dapat merugikan orang tersebut. Melihat atau mendengar nama idolanya, tak jarang para penggemarnya histeris. Penggemar akan kehilangan kendali jika mereka melihat idolanya dari dekat, dan hanya mendengar namanya saja sudah bisa membuat mereka histeris.

Penggemar yang memiliki *celebrity worship* ditingkat sangat rendah yaitu sebanyak 27(5,8%) responden dan diikuti 137(29.3%) responden ditingkat rendah. Kedua kategori ini dapat diartikan bahwa penggemar K-pop termasuk ke dalam tingkatan *celebrity worship entertainment-social*.

Penggemar pada tingkatan ini memandang idolanya sebagai hiburan dan tertarik untuk mengetahui detail terkini tentang idola tersebut, termasuk informasi tentang kehidupan pribadi sang selebriti. Mereka juga senang berbincang dengan orang lain tentang idola mereka dengan tujuan untuk bersenang-senang (Maltby, dkk, 2004).

Penggemar K-pop yang merupakan bagian ditingkat *celebrity worship entertainment-social* memiliki ciri-ciri tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang idola mereka melalui internet dan situs media sosial seperti Twitter dan Instagram serta media cetak seperti majalah. Para penggemar

juga senang membicarakan idola kepada teman-temannya, terutama jika teman-temannya juga penggemar K-pop, mereka juga akan memutuskan untuk bergabung kedalam fandom atau klub penggemar. Penggemar akan saling bertukar informasi terkait dengan idolanya. Pada tingkat ini juga penggemar merasa tertarik untuk melihat lagi penampilan dari sang idola.

#### **4.3.2 Gambaran *Media Multitasking* pada penggemar K-pop di Kota Makassar**

Pada hasil analisis deskriptif pada variabel *media multitasking* pada penggemar k-pop di kota Makassar diketahui bahwa dari 467 responden menunjukkan bahwa tidak terdapat (0) responden berada pada kategori sangat rendah, 172(36.8%) responden berada pada kategori rendah, 189(40.5%) responden berada pada kategori sedang, 73(15.6%) responden berada pada kategori tinggi dan pada kategori sangat tinggi terdapat 36(7.7%) responden.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini, menunjukkan bahwa sebagian besar para penggemar k-pop memiliki perilaku *media multitasking* berada pada intensitas sedang dapat dilihat dari nilai persentase sebesar 40,5% dan diikuti intensitas sangat rendah dengan nilai persentase sebesar 36,8%. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa penggemar k-pop di kota Makassar dalam penggunaan media dan aktivitas lainnya masih dibatas kewajaran. Bisa dibilang penggunaan media dalam sehari berjumlah 1 hingga 3 buah media dalam kondisi yang sama.

Bentuk aktivitas yakni salah satunya mendengarkan musik. Musik merupakan salah satu jenis media yang juga cenderung digunakan oleh penggemar k-pop. Alasannya karena musik yang dibawakan idola K-Pop mudah dan menyenangkan untuk didengar, genre musik yang ditampilkan beragam sehingga menambah pengetahuan bagi responden tentang musik, serta lagu yang dinyanyikan idola sesuai dengan emosi yang dirasakan penggemar. Musik dalam bentuk media memberikan relaksasi dalam beraktivitas (Roffiq et al., 2017).

Musik merupakan salah satu bentuk media hiburan dalam *media multitasking*. Hasil yang bermanfaat dari *multitasking* selama aktivitas media yang didorong oleh hiburan. Umumnya, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas yang didorong oleh hiburan ingin bersenang-senang dan bersantai, sehingga tujuan aktivitas tersebut umumnya tidak terlalu mendesak dan tidak memerlukan konsentrasi yang intens dan berpotensi melelahkan. Oleh karena itu, persaingan untuk mendapatkan sumber daya kognitif mungkin tidak terlalu ketat selama aktivitas yang didorong oleh hiburan, yang seharusnya membebaskan sumber daya untuk aktivitas lain dengan cara yang tampaknya mudah. Akibatnya, karakteristik *multitasking* selama aktivitas ini memungkinkan terjadinya perilaku *multitasking* secara bersamaan tanpa mengganggu kinerja tugas utama atau menimbulkan perasaan stres dalam banyak situasi berbasis hiburan (Nielsen, 2013; Shim, Oh, Lagu, & Lee, 2015).

Sedangkan untuk responden yang memiliki perilaku *media multitasking* dengan intensitas tinggi yaitu sebanyak 73(15.6%) dan diikuti intensitas sangat tinggi sebanyak 36(7.7%) responden. Dapat diartikan bahwa responden menggunakan media dan aktivitas lainnya sangat berat atau biasa disebut dengan *multitasker* media berat. *Multitasker* media berat membuka banyak saluran media sekaligus dan mereka beralih di antara saluran tersebut. Contohnya seorang yang melakukan banyak tugas di media mungkin mengerjakan tugas kuliahnya di laptopnya, sesekali memeriksa atau memantau idolanya MV (*music video*) di *smart TV* ataupun *live streaming*, membalas Whatsapp dan pesan Instagram, lalu kembali mengerjakan tugas namun kemudian sebuah pesan muncul dan mereka memeriksanya. Dalam hal ini bisa dibilang penggunaan media dalam sehari berjumlah 4 hingga 6 buah media dalam kondisi yang sama.

Responden tercatat cukup aktif dalam penggunaan komputer/laptop, media sosial, aktivitas browsing, dan mengirim pesan singkat. Berbagai media tersebut memungkinkan seseorang untuk menggunakannya secara bersamaan karena kemampuannya dalam berintegrasi. Misalnya, saat responden menggunakan komputer, ia juga melakukan aktivitas browsing atau media sosial. Akibat aktifnya media lain, penggunaan telepon sedikit diminimalkan (Srisinghasonkram dkk., 2021).

Dalam menunjang hobi penggemar K-pop, para penggemar banyak yang memiliki akun media sosial lebih dari satu akun, yang berfungsi untuk mencari tahu aktivitas sang idola dari berbagai media sosial dan

juga digunakan untuk *vote* atau *streaming project* dari idola mereka. Selain itu, hal ini mendorong pengikutnya untuk bergabung dengan grup atau komunitas tertentu yang dikenal sebagai fandom, yang anggotanya memiliki kecintaan terhadap idola yang sama atau serupa. Fandom merupakan kepanjangan dari "*fans*" dan "*kingdom*" yaitu mengacu pada sekelompok besar penggemar setia idola Korea yang secara rutin mengonsumsi produk dan secara emosional berinvestasi di dalamnya.

Sejalan dengan penelitian oleh peneliti Akhmad, Unde, dan Cangara (2018) menemukan bahwa penggemar K-Pop di Makassar menggunakan media sosial untuk mencari informasi, video, dan drama tentang idolanya. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara penggunaan media sosial dan semangat penggemar K-Pop yang terlibat dalam konsumsi media. Media sosial berfungsi sebagai saluran bagi para penggemar untuk memuaskan hasrat kuat mereka.

#### **4.3.3 Gambaran *Self Control* pada penggemar K-pop di Kota Makassar**

Hasil analisis deskriptif pada variabel *self control* pada penggemar k-pop di kota Makassar diketahui bahwa dari 467 responden menunjukkan bahwa 153(32.8%) responden berada pada kategori sangat rendah, tidak terdapat (0) responden berada pada kategori rendah, 185(39.6%) responden berada pada kategori sedang, 92(19.7%) responden berada pada kategori tinggi dan pada kategori sangat tinggi terdapat 37(7.9%) responden.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar K-pop memiliki *self control* yang tergolong sedang dengan persentase sebesar 39,6%. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa penggemar K-pop di Kota Makassar cukup mampu untuk mengendalikan diri.

Pada penelitian Ayus (2019), meskipun penggemar K-pop dalam penelitian tersebut masih kesulitan mengelola emosinya saat mendengarkan lagu-lagu idolanya, namun mereka cukup mampu mengendalikan diri untuk tidak terlibat fanwar dengan penggemar dari fandom lain. *Self control* yang dimiliki berkembang seiring dengan kematangan emosi, hal ini dilihat dari ketiga individu tersebut menyikapi informasi yang diperolehnya dengan bijak, yaitu terlebih dahulu mencari informasi dari sumber terpercaya, kemudian menunggu konfirmasi kabar dari orang-orang terpercaya.

Hal tersebut menunjukkan bahwa K-poppers memiliki kontrol keputusan yang baik. Menurut Averill (1978), pengendalian keputusan adalah kapasitas individu untuk memilih hasil atau tindakan berdasarkan apa pun yang diterima atau diyakini. Jika seseorang mempunyai pilihan, kebebasan, atau kapasitas untuk memilih dari berbagai potensi aktivitas, maka pengendalian diri dalam mengambil keputusan akan berjalan dengan baik.

Sedangkan untuk responden yang memiliki *self control* sangat tinggi yaitu sebanyak 37 (7,9%) responden dapat diartikan bahwa subjek sudah

mampu untuk mengendalikan diri dengan baik. Responden dengan *self control* yang tinggi mampu menghentikan kebiasaan buruknya. Menghentikan kebiasaan dapat membantu individu yang kurang mampu mengendalikan kesulitannya dalam memotivasi diri agar mampu untuk bisa mematuhi nilai atau norma dan peraturan yang ada disekitarnya dan menciptakan *healthy habits*. Individu dengan kecenderungan *healthy habits* akan mampu menolak hal-hal yang dapat berdampak negatif pada dirinya. Individu dengan kecenderungan *healthy habits* akan memberikan prioritas lebih tinggi pada tindakan yang bermanfaat bagi mereka meskipun mereka tidak mendapatkan manfaat langsung dari tindakan tersebut (Tangney, Baumeister, dan Boone, 2004).

Responden yang memiliki *self control* yang sangat tinggi juga mampu menahan godaan dan melakukan disiplin diri. Individu yang mampu menahan godaan akan bertindak secara *deliberate* atau *non-impulsive*. *Deliberate* atau *non-impulsive* mengacu pada kecenderungan individu memberikan pertimbangan yang baik, bersifat hati-hati, dan tidak tergesa-gesa dalam pengambilan keputusan atau bertindak jika dalam melakukan suatu tindakan yang impulsif. Individu akan memikirkan dengan baik tindakan yang mereka lakukan dan menghindari melakukan sesuatu yang akan berdampak negatif pada dirinya (Tangney, Baumeister, dan Boone, 2004).

Responden dengan *self control* yang sangat rendah sebanyak 153(32.8%) responden dapat diartikan memiliki *self control* yang buruk. Mereka

kurang mampu untuk menghentikan kebiasaan, tidak mampu menahan diri dari godaan, dan tidak memiliki disiplin diri. Individu dengan *self control* yang rendah seringkali menunda-nunda terhadap tugasnya yang menyebabkan kinerja di bawah standar dan nilai akademik yang lebih rendah (Tice & Baumeister, 1997, dalam Tangney, Baumeister, Boone, 2004).

Individu dengan *self control* yang rendah menunjukkan masalah kontrol impuls, termasuk makan berlebihan dan penyalahgunaan alkohol. Individu dengan *self control* yang rendah merasa sulit untuk mempertimbangkan tindakan yang akan diambilnya, sehingga tidak mampu untuk menghindari perbuatan buruk yang dapat membahayakan dirinya (Tangney, Baumeister, dan Boone, 2004).

#### **4.3.4 Hubungan antara *Media Multitasking* dan *Celebrity Worship* pada penggemar K-Pop di Kota Makassar**

Berdasarkan hasil perhitungan statistik korelasi yang telah dilakukan pada 467 responden, yang bertujuan untuk mengetahui keterkaitan hubungan antara *media multitasking* dengan *celebrity worship* pada penggemar k-pop di kota Makassar. Hasil yang diperoleh menyatakan bahwa antara *media multitasking* dengan *celebrity worship* pada K-popers tidak memiliki hubungan yang signifikan.

Penelitian tentang hubungan antara *media multitasking* dan *celebrity worship* belum pernah dilakukan, namun ada beberapa penelitian yang berhubungan dengan variabel ini. Peneliti sebelumnya telah menemukan

bahwa keterampilan sosial adalah salah satu dari beberapa elemen yang mempengaruhi perilaku *celebrity worship*. Penelitian Hermadana (2020), menyatakan terdapat hubungan yang berbanding terbalik (hubungan negatif) yang sangat kuat antara keterampilan sosial dan *celebrity worship*. Maka dapat disimpulkan bahwa saat keterampilan sosial rendah, perilaku *celebrity worship* pada individu akan meningkat begitupun sebaliknya.

Keterampilan sosial yang rendah, membuat individu akan melakukan *celebrity worship* untuk mengisi kekosongan dibandingkan dengan melakukan hubungan interpersonal dengan orang lain. Individu dengan keterampilan sosial yang rendah terkadang merasa terputus dari lingkungan sosial mereka, yang akhirnya membuat individu tersebut memiliki tingkat *celebrity worship* tinggi. Hal ini menyebabkan individu lebih memilih lingkungan sosial yang menerimanya (McCutcheon et al., 2002). Lingkungan yang dimaksud yakni berkaitan dengan internet, media sosial, dll. Individu yang memiliki tingkat *celebrity worship* yang tinggi juga dikaitkan dengan penggunaan internet yang berlebihan (Vally et al., 2021).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maltby et al., (2005) yang menyatakan bahwa individu melakukan pengidolaan selebriti dipengaruhi oleh *body image*. Saat seorang idola memiliki tubuh yang proporsional bagi kalangan umum, hal tersebut membuat para penggemar k-pop akan menjadikan idolanya tersebut sebagai panutan untuk bisa membentuk tubuh seperti idolanya. Penelitian yang dilakukan oleh Fanny (2023)

menunjukkan hasil penelitian bahwa *celebrity worship* dengan *body image* memiliki hubungan positif yang signifikan. Maka saat *celebrity worship* meningkat *body image* pun ikut meningkat.

Faktor lain yang memengaruhi *celebrity worship* adalah usia. Perilaku *celebrity worship* akan berkurang ketika individu memasuki masa dewasa, hal ini dikarenakan individu pada masa dewasa, akan dihadapi dengan berbagai persoalan dan pengambilan keputusan yang dapat memengaruhi hidupnya. Individu dewasa awal biasanya akan lebih fokus pada pekerjaan dan menjalin hubungan dengan lawan jenis dan masih banyak lagi untuk mempersiapkan tugas perkembangan selanjutnya. Dengan bertambahnya tanggung jawab tersebut, maka fokus dan pola pikir utama individu dewasa awal harus berubah, bukan hanya sekedar mencari kesenangan dan mulai mengurangi aktivitas lainnya (Santrock, 2006). Selain itu, *celebrity worship* dipengaruhi juga oleh kepribadian.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Efathania & Aisyah (2019) yang menghubungkan antara *big five personality trait* dengan *celebrity worship* pada penggemar K-pop di media sosial. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *neuroticism* dan *agreeableness* dengan *celebrity worship*. Pada *neuroticism* berhubungan secara signifikan dengan ketiga aspek *celebrity worship*, yaitu *entertainment-social*, *intense personal*, dan *borderline-pathological*. Sedangkan *agreeableness* berhubungan langsung khususnya pada aspek *intense personal*.

*Neuroticism* pada penelitian yang dilakukan oleh Efathania & Aisyah (2019) termasuk dalam kategori tinggi, dimana menunjukkan kecenderungan neurotik seperti cemas, gelisah, khawatir, hingga depresi dapat dikaitkan dengan berbagai hal bentuk *celebrity worship* terhadap penggemar K-pop. Kaitannya pada aspek *entertainment social*, yakni para penggemar K-pop akan selalu mencari informasi pribadi, mengikuti aktivitas, mendengarkan lagu, dan menonton idolanya setiap hari. Pada aspek *intense-personal* digambarkan sebagai perasaan intensif pada idolanya. Kaitannya dengan *neuroticism* yakni para penggemar K-pop yang menuntut idolanya untuk tidak berpacaran. Pada aspek *bordeline-pathological* dimana para penggemar memiliki sikap dan perilaku yang berlebihan pada sosok idolanya. Kaitannya dengan *neuroticism* yakni bentuk perilaku obsesi yang dilakukan oleh *fanwar* dan mengirim pesan ancaman.

(Jeong, F, 2007) menyatakan beberapa faktor yang menjadi penyebab individu melakukan *media multitasking* yakni, berasal dari diri individu, situasi, dan media. Pada individu biasanya meliputi karena efek kebiasaan melakukan aktivitas *media multitasking*, bagaimana pandangan individu tersebut mengenai suatu media, apabila dirinya memandang *media multitasking* sebagai suatu hal yang positif atau baik maka bisa saja orang tersebut akan melakukannya. Biasanya juga, perasaan dapat menentukan keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu, seperti apakah saat

melakukan media *multitasking* orang tersebut merasa nyaman atau tidak. Selain itu, faktor situasi juga mempengaruhi perilaku *media multitasking*.

Faktor situasi biasanya meliputi waktu, bagaimana penggunaan suatu media pada waktu tertentu dapat mempengaruhi individu dalam melakukan *media multitasking*, selain itu individu yang diberikan lebih dari satu tugas biasanya akan melakukan media *multitasking* karena keterbatasan waktu yang dimiliki sehingga dirinya harus sesegera mungkin menyelesaikan tugas tersebut. Namun beberapa individu juga yang sedang memiliki waktu senggang di rumah akan melakukan *media multitasking*, karena merasa bebas untuk melakukan berbagai hal secara bersamaan (McDonald (2009).

Faktor media meliputi praktis, dimana kemudahan dalam menggunakan suatu media membuat individu melakukan *media multitasking*. Selain itu, spesifikasi dan peranan sebuah media yang membuat penggunaannya menggunakan beberapa media secara bersamaan. Apakah penggunaannya merasa media itu penting bagi dirinya sehingga aktivitas *media multitasking* pun menjadi kebiasaannya. Beberapa faktor di atas diasumsikan oleh peneliti menjadi alasan mengapa *media multitasking* tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan *celebrity worship*.

#### **4.3.5 Hubungan Antara *Self control* dan *Celebrity Worship* pada penggemar K-pop di Kota Makassar**

Berdasarkan hasil perhitungan statistik korelasi yang telah dilakukan pada 467 responden, yang tujuannya ingin melihat apakah terdapat

hubungan *self control* dengan *celebrity worship* pada pada penggemar k-pop di kota Makassar. Hasil yang diperoleh menyatakan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara *self control* dengan *celebrity worship* pada K-popers.

Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku *celebrity worship* antara lain usia, pendidikan, dan jenis kelamin McCutcheon et,al (2002). Perilaku *celebrity worship* terjadi pada usia 11 tahun hingga 17 tahun, dan akan berkurang seiring bertambahnya usia hingga benar-benar hilang saat individu memasuki usia dewasa awal. Pada penelitian ini karakteristik responden berusia antara 18 sampai dengan 25 tahun, yang dimana usia tersebut merupakan tahap dewasa awal. Kemudian tingkat pendidikan yang rendah juga menyebabkan individu melakukan pengidolaan selebriti yang berujung pada perilaku *celebrity worship*. Responden pada penelitian ini diperoleh terbanyak mahasiswa dan pekerja yang menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden tergolong tinggi McCutcheon et,al (2002).

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku *celebrity worship* antara lain *self esteem*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Frederika, Suprpto & Tanojo, (2015) yang menghubungkan *self esteem*, konformitas dan *celebrity worship*. Hasil penelitian ditemukan bahwa *self esteem* dengan *celebrity worship* memiliki hubungan positif yang signifikan sedangkan konformitas tidak memiliki hubungan yang signifikan. Maka dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi *self esteem* individu maka akan semakin tinggi individu melakukan *celebrity worship* begitupun sebaliknya.

Individu merasa mengidolakan idolanya merupakan sesuatu yang berharga, dan membuat dirinya akan terus mencari informasi mengenai idolanya yang kemudian digunakan bagi dirinya supaya tidak tertinggal oleh teman-temannya. Selain *self esteem*, *celebrity worship* dipengaruhi juga oleh *religiusitas*.

*Religiusitas* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *celebrity worship* (Maltby et., al, 2002). Pada penelitian yang dilakukan oleh Ningsih (2021) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *religiusitas* dan *celebrity worship*. Artinya bahwa semakin tinggi *religiusitas* individu maka kecenderungan berperilaku *celebrity worship* menurun dan begitupun sebaliknya jika tingkat *religiusitas* rendah maka perilaku *celebrity worship* pada individu meningkat.

Selaras dengan penelitian Malby et.al (2004) yang juga mengungkapkan bahwa dengan adanya *religiusitas* akan mempengaruhi *celebrity worship* pada individu. Individu dengan *religiusitas* yang tinggi akan lebih menunjukkan kecintaannya kepada Tuhan-Nya dibandingkan selebritinya, selain itu individu tersebut juga akan lebih memilih untuk memiliki panutan yang baik untuk dirinya. Seperti yang kita ketahui Indonesia merupakan negara dengan penduduk yang mayoritas menjadikan agama sebagai pedoman hidup. Hal ini bisa menjadi alasan mengapa individu dengan tingkat *celebrity worship* yang rendah juga cenderung memiliki tingkat *self control* yang lebih tinggi. Asumsinya adalah orang dengan

tingkat religiusitas yang kuat juga akan memiliki *self control* yang baik. Namun pada penelitian ini menunjukkan, bahwa *self control* tidak secara langsung mempengaruhi *celebrity worship*.

Selain faktor yang telah disebutkan di atas, terdapat beberapa faktor lain yang membuat penelitian tidak signifikan. Pertama, kondisi atau suasana pada saat pengumpulan data. Azwar (2010) menyatakan bahwa kondisi pengumpulan data yang dilakukan akan berdampak pada hasil penelitian. Misalnya saja para peneliti melakukan pengambilan data di tempat yang sangat ramai, karena merupakan tempat umum, sehingga responden harus fokus mengisi skala yang disediakan. Selanjutnya keadaan ruangan yang panas, terlalu padat dan berisik, yang semuanya berdampak signifikan pada respons subjek. Azwar (2010) menambahkan bahwa keadaan responden pada saat pengambilan data seperti lelah, sakit, terburu-buru, atau terpaksa juga cukup relevan yang membuat penelitian ini tidak signifikan. Beberapa faktor di atas diasumsikan oleh peneliti menjadi alasan mengapa *self control* tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan *celebrity worship*.

#### **4.3.6 Hubungan antara *Media Multitasking* dan *Self Control* pada penggemar K-pop di Kota Makassar**

Berdasarkan hasil perhitungan statistik korelasi yang telah dilakukan pada 467 responden, yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *self control* dengan *media multitasking* pada penggemar k-pop di kota Makassar. Hasil yang diperoleh menyatakan

bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *self control* dengan *media multitasking* pada penggemar k-pop diterima.

Nilai koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan dengan arah positif antara *self control* dan *media multitasking* pada penggemar K-pop di kota Makassar. Makna dari hubungan dengan arah positif yang berarti bahwa ketika variabel X naik maka variabel Y akan mengikutinya, begitu pula sebaliknya. Adapun tingkat kekuatan hubungan berdasarkan nilai koefisien korelasi menunjukkan tingkat hubungan sangat lemah.

Fenomena *multitasking* bukan lagi fenomena baru pada kalangan orang dewasa dan remaja. Aktivitas *multitasking* ini sudah menjadi salah satu aktivitas yang membantu dan meningkatkan produktivitas manusia efisien dan efektif. Aktivitas manusia tidak bisa lepas dari *multitasking* karena *multitasking* dapat membantu mempercepat pekerjaan tugas atau sarana *refreshing* dari tugas atau sekedar hiburan (Salvucci dan Taatgen, 2011). Di sisi lain, semakin berkembangnya teknologi digital yang memberikan banyak variasi media, membuat para penggunanya menggunakan media tersebut secara bersamaan yang bisa disebut dengan *media multitasking*.

*Media multitasking* merupakan situasi saat individu melakukan dua tugas atau lebih dengan menggunakan media pada periode yang sama, baik dari satu penggunaan media atau lebih contohnya mendengarkan menggunakan laptop sambil membalas pesan singkat (*chattingan*). Seperti yang kita lihat perilaku *media multitasking* memang ampuh untuk menyelesaikan tugas namun dibalik itu semua terdapat beberapa dampak

negatif yang perlu kita ketahui bersama. Pada penelitian yang dilakukan oleh Burgess (2000) mengklaim bahwa *multitasking* merugikan dan dapat menurunkan efisiensi otak, namun kenyataannya keterampilan *multitasking* sangat penting dan dibutuhkan untuk melakukan tugas sehari-hari. Hal tersebut membuat individu akan seringkali mengalami lupa beberapa lama dari berbagai pekerjaan yang akan dikerjakan. Fenomena ini berasal dari kemampuan memori jangka pendek pada individu yang kurang bekerja maksimal.

Pada penggunaan media, juga sudah menjadi gaya hidup dan kebutuhan primer pada berbagai kalangan. Beberapa menit setelah bangun dari tidur, sebagian orang akan membuka ponselnya. Begitu juga sebelum tidur, mereka akan membuka ponselnya untuk mencari informasi dan aktif di media sosial (Ganda, 2016). Beberapa dari mereka bahkan begadang hanya untuk aktif di media sosial, yang dimana aktivitas seperti ini mempengaruhi jam tidur secara khusus. Beberapa penelitian yang menyatakan bahwa *media multitasking* dengan layar elektronik dapat menyebabkan masalah tidur dan hasilnya negatif (Cain dan Gradisar 2009; Van der Schurr et al., 2018).

Beberapa penelitian pendukung dampak negatif dari *media multitasking* yakni dampak dari medianya, misalnya saja pada internet seseorang dapat mengalami adiksi internet yang merupakan penggunaan internet secara berlebihan yang dinilai berdasarkan durasi frekuensi penggunaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Devi, et.,al (2022)

dimana adanya hubungan positif yang signifikan antara adiksi internet terhadap depresi dan kecemasan. Lalu, media sosial pada penelitian Aziz (2020) menyatakan terdapat hubungan positif yang signifikan antara tingkat depresi dengan intensitas penggunaan media sosial, yaitu semakin intensif penggunaan media sosial pada individu maka semakin tinggi pula tingkat depresi pada individu, Untuk itu dalam menyikapi hasil penelitian ini perlunya *self control* pada diri individu.

Pada penelitian ini belum menemukan penelitian yang menghubungkan *self control* dengan *media multitasking*. Namun, peneliti menemukan penelitian yang hampir mirip, namun hasil penelitian yang diperoleh berbeda. Blachino et,al (2023) mengaitkan *self control* dengan penggunaan media digital yang dimediasi oleh *media multitasking*, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *self control* berhubungan negatif dengan semua jenis penggunaan media digital bermasalah, yaitu penggunaan Internet bermasalah, penggunaan *smartphone* bermasalah, dan penggunaan Facebook bermasalah. *Media multitasking* ditemukan sebagai mediator yang signifikan dari hubungan antara *self control* dan penggunaan media digital yang bermasalah.

*Self control* merupakan suatu kemampuan yang dapat menghentikan atau mengendalikan perilaku yang tidak diinginkan dengan mengesampingkan atau mengubah respon untuk menahan diri untuk tidak melakukannya dan mengganti perilaku yang lebih tepat. Pada dasarnya setiap individu yang memiliki *self control* rendah cenderung mengalami

kesulitan dalam menentukan sikap dirinya, sebaliknya jika individu memiliki *self control* tinggi individu tersebut akan memperhatikan perilaku dan tindakannya (Chita, 2015).

Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa *self control* dan *media multitasking* menunjukkan hubungan positif yang signifikan hal ini bisa terjadi karena adanya kesadaran dalam diri individu dewasa awal akan penggunaan media secara bersamaan dikarenakan individu pada masa dewasa akan dihadapi dengan berbagai persoalan dan pengambilan keputusan yang dapat memengaruhi hidupnya. Namun, tidak menutup kemungkinan mereka masih melakukan kegiatan ini secara terus menerus untuk memenuhi kebutuhan ataupun saran refreshingnya. Sejalan dengan Raviv, Bar-tal & Ben-horin, (1995) yang menyatakan bahwa seiring dengan bertambahnya usia individu dewasa awal akan lebih bijak dalam menyikapi hidupnya, mereka menggunakan musik dengan jalan yang lebih dewasa yaitu dengan mendengarkan, tanpa menunjukkan simbol-simbol pemujaan idola pop

#### **4.4 Limitasi Penelitian**

Penelitian ini tidak terlepas dari beberapa batasan yang peneliti alami atau alami selama melakukan penelitian. Ini bisa terlihat bahwa masih kurangnya literatur yang berkaitan dengan variabel *media multitasking* dengan *celebrity worship* dan keterkaitan antara *self control* dan *media multitasking*. Dalam penelitian ini dapat mengidentifikasi variabel yang dapat menjadi variabel perantara antara *self control* dan *media multitasking* terhadap *celebrity*

*worship*. Sehingga bagi peneliti ingin mendalami penelitian terkait hubungan satu atau ketiga variabel tersebut atau perlu melihat karakteristik variabel psikologis lainnya.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Beberapa kesimpulan diambil dari temuan penelitian tentang hubungan *multitasking media* dengan *self control* terhadap *celebrity worship* di kalangan penggemar k-pop di Kota Makassar yakni sebagai berikut:

Berdasarkan hasil yang diperoleh hasil penelitian, dimana pada pengujian hipotesis pertama di temukan bahwa tidak terdapat hubungan antara *media multitasking* dengan *self control* pada penggemar K-pop di Kota Makassar. Adapun pengujian hipotesis kedua diperoleh hasil yang sama dimana menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara *self control* dengan *celebrity worship* pada penggemar K-pop di Kota Makassar.

Pada pengujian hipotesis ketiga diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *self control* dengan *media multitasking* pada penggemar K-pop di Kota Makassar. Adapun arah hubungan yang ditunjukkan yakni positif antara *self control* dengan *celebrity worship* pada penggemar K-pop. Selain itu tingkat kekuatan hubungan berdasarkan nilai koefisien korelasi menunjukkan tingkat hubungan sangat lemah.

#### 5.2 Saran

Beberapa kesimpulan penelitian dapat dijadikan rekomendasi bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian ini:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan melihat beberapa faktor seperti demografi saat ingin meneliti ketiga variabel tersebut yakni *media multitasking*, *self control* dan *celebrity worship*
2. Penelitian selanjutnya diharapkan meneliti keterkaitan ketiga variabel tersebut dengan beberapa variabel lain, sehingga penelitian ini menjadi lebih berkembang.
3. Disarankan jika peneliti tertarik meneliti terkait penelitian ini, perlu melakukan wawancara mendalam guna memperoleh informasi yang lebih dalam terkait ketiga variabel tersebut.
4. Pada penelitian ini, subjek peneliti merupakan para penggemar k-pop dewasa awal yang ada di kota Makassar. Bagi penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan variabel yang sama, dapat meneliti dengan kelompok subjek yang berbeda misalnya remaja
5. Bagi peneliti yang berminat untuk meneliti *media multitasking*, perlu memperhatikan faktor yang menjadi penyebab perilaku *media multitasking* dan karakteristik populasi yang akan menjadi sampel penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adzka Ghaffara & Siti Qodariah. (2022). Hubungan Self-control dengan Celebrity Worship pada Mahasiswa Penggemar Stray Kids di Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.1227>
- Al-Hashimi, O., Zanto, T. P., & Gazzaley, A. (2015). Neural sources of performance decline during continuous *multitasking*. *Cortex*, 71, 49–57. <https://doi.org/10.1016/j.cortex.2015.06.001>
- Alwisol. (2010). *Psikologi Kepribadian Edisi Revisi*. Malang: Umm Press
- Angell, R., Gorton, M., Sauer, J., Bottomley, P., & White, J. (2016). Don't Distract Me When I'm Media Multitasking: Toward a Theory for Raising Advertising Recall and Recognition. *Journal of Advertising*, 45(2), 198–210. <https://doi.org/10.1080/00913367.2015.1130665>
- Aras, Muhammad. (2016). Social Media Phenomenon and Teenagers' Lifestyle Today in Indonesia. *Advanced Science Letters*, 2(5-6), 1670-1672.
- Aronson, E., Wilson, T. D., Akert, R. M., & Sommers, S. R. (2016). *Social psychology ninth edition*. England: Pearson.
- Aziz, A. A. A. (2020). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Depresi pada Mahasiswa. *Acta Psychologia*. Vol. 2(2).
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi Edisi II*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2010). *Sikap Manusia, Teori, dan Pengukurannya: Seri Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baumeister, Roy F. (2002). Yielding to Temptation: Self-Control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior. *Jurnal of Consumer Research*, 28(4): 670-676. <http://dx.doi.org/10.1086/338209>
- Baumeister, Roy F., Vohs, Kathleen., & Tice, Dianne. (2007). The Strength Model of Self-Control. *Current Directions in Psychological Science*, 16(6): 351-355. doi: 10.1111/j.1467-8721.2007.00534.x
- Becker, M. W., Alzahabi, R., & Hopwood, C. J. (2013). Media multitasking is associated with symptoms of depression and social anxiety. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(2), 132-135. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0291>
- Becker, S. P., Langberg, J. M., & Byars, K. C. (2015). Advancing a Biopsychosocial and Contextual Model of Sleep in Adolescence: A

- Review and Introduction to the Special Issue. *Journal of Youth and Adolescence*, 44(2), 239–270. <https://doi.org/10.1007/s10964-014-0248-y>
- Benu, J. M. Y., Takalapeta, T., & Nabit, Y. (2019). Perilaku celebrity worship pada remaja perempuan. *Journal of Health and Behavioral Science*, 1(1), 13-25.
- Berk, Laura E. (2008). *Infants, children, and adolescents*. Pearson Education Inc.
- Blachnio, A., et.al. (2023). Self-Control and Digital Media Addiction: The Mediating Role of Media Multitasking and Time Style. *Psychology Research and Behavior Management* . Vol. 16. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S408993>.
- Bolton, D. (2015). Smartphones are now the dominant driver of social media. Retrieved from <https://arc.applause.com/2015/07/16/social-media-consumption-on-smartphones-2015/>
- Brasel, S. A., & Gips, J. (2011). Media Multitasking Behavior: Concurrent Television and Computer Usage. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 527-534
- Burak, L. (2012). Multitasking in the University Classroom. *International Journal for the Scholarship of Teaching and Learning*, 6(2). <https://doi.org/10.20429/ijstol.2012.060208>
- Byington, K. W., & Schwebel, D. C. (2013). Effects of mobile Internet use on college student pedestrian injury risk. *Accident Analysis & Prevention*, 51, 78–83. <https://doi.org/10.1016/j.aap.2012.11.001>
- Cain, M. S., & Mitroff, S. R. (2011). Distractor Filtering in Media Multitaskers. *Perception*, 40(10), 1183–1192. <https://doi.org/10.1068/p7017>
- Cain, N., & Gradisar, M. (2010). Electronic media use and sleep in school-aged children and adolescents: A review. *Sleep medicine*, 11, 735-742. <https://doi.org/10.1016/j.sleep.2010.02.006>
- Carrier, L. M., Rosen, L. D., Cheever, N. A., & Lim, A. F. (2015). Causes, effects, and practicalities of everyday multitasking. *Developmental Review*, 35, 64–78. <https://doi.org/10.1016/j.dr.2014.12.005>
- Casey, B. J., & Caudle, K. (2013). The Teenage Brain: Self Control. *Psychologica; science*. 2(2), 82-87 <https://doi.org/10.1177/0963721413480170>
- Chaplin, J. (2008). *Kamus lengkap psikologi*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada
- Cheung, Chau-kiu., & Yue Xiao Dong. (2003). Identity Achievement and Idol Worship among Teenagers in Hong Kong. *International Journal of*

*Adolescence and Youth*, 11(1): 1-26. doi:  
10.1080/02673843.2003.9747914

- Circella, G., Mokhtarian, P. L., & Poff, L. K. (2012). A Conceptual Typology of Multitasking Behavior and Polychronicity Preferences. *Electronic International Journal of Time Use Research*, 59-107.
- Clapp, W. C., & Gazzaley, A. (2012). Distinct mechanisms for the impact of distraction and interruption on working memory in aging. *Neurobiology of Aging*, 33(1), 134–148. <https://doi.org/10.1016/j.neurobiolaging.2010.01.012>
- Conlin, L., Billings, A. C., & Averset, L. (2016). Time-shifting vs. appointment viewing: The role of fear of missing out within TV consumption behaviors. *Communication & Society*, 29(4), 151–164.
- Courtois, C., & D'heer, E. (2012). Second screen applications and tablet users: Constellation, awareness, experience, and interest. Paper presented at the Proceedings of the 10th European conference on Interactive tv and video, Berlin, Germany.
- Crescioni, A. W., Ehrlinger, J., Alquist, J. L., Conlon, K. E., Baumeister, R. F., Schatschneider, C., & Dutton, G. R. (2011). High trait self-control predicts positive health behaviors and success in weight loss. *Journal Health Psychology*, 16(5), 750-759.
- Darfiyanti, D., & Putra, M. G. B. A. (2018). Pemujaan terhadap Idola Pop sebagai dasar Intimate Relationship pada Dewasa Awal: sebuah studi kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian Dan Sosial*, 1(02), 53–60. [file:///C:/Users/User/Downloads/dita & bagus.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/dita%20&%20bagus.pdf)
- Deprez, S., Vandenbulcke, M., Peeters, R., Emsell, L., Amant, F., & Sunaert, S. (2013). The functional neuroanatomy of *multitasking*: Combining dual tasking with a short term memory task. *Neuropsychologia*, 51(11), 2251–2260. <https://doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2013.07.024>
- Devi, K. A. T., Sumadewi, K. T., dan Arsana, W. E. (2022). Hubungan Adiksi Internet dengan Depresi dan Kecemasan pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Warmadewa Angkatan 2018 dan 2019. *AMJ (Aesculapius Medical Journal)*. Vol. 2(3).
- Edwards, K. S., & Shin, M. (2017). Media multitasking and implicit learning. *Attention, Perception, & Psychophysics*, 79(5), 1535–1549. <https://doi.org/10.3758/s13414-017-1319-4>
- Efathania. N. V & Aisyah. (2019). Hubungan Antara *Big Five Personality* dengan *Celebrity Worship* pada Dewasa Muda Penggemar K-pop di Sosial Media. *Mind set*. 10(1), 1-6

- Fanny, M.P. (2023). Hubungan Antara *Celebrity Worship* dengan *Body Image* Pada Penggemar K-pop Usia Dewasa Awal. *Bandung Conference Series: Psychology Science*. 3(2),
- Frederika, E., Suprpto, M. H., & Tanojo, K. L. (2015). Hubungan antara Harga Diri dan Konformitas *Celebrity Worship* pada Remaja di Surabaya. *Jurnal Psikologi*, Vol 4 (No 1).
- Ganda, H. A. (2016). Hubungan Kecanduan Penggunaan Smartphone dengan Kualitas Tidur Pada Remaja di SMAN 9 Padang Tahun 2016. Diploma Thesis Univ Andalas. Diunduh di <http://scholar.unand.ac.id/21563/> 5 Agustus 2019.
- Ghufron, M. N., & Rirsnowita, R. (2017). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Han, D. H., Bolo, N., Daniels, M. A., Arenella, L., Lyoo, I. K., & Renshaw, P. F. (2011). Brain activity and desire for Internet video game play. *Comprehensive Psychiatry*, 52(1), 88-95. doi:10.1016/j.comppsy.2010.04.004
- Hermadana. (2020). Keterampilan Sosial Dengan Pemujaan Selebriti Pada Penggemar K-pop Dewasa Awal. *Psikoborneo Jurnal Ilmiah Psikologi*. 8(3), 462-471
- Hofmann, W., Baumeister, R.F., Förster, G. & Vohs, K.D. (2012). Everyday temptations: an experience sampling study of desire, conflict, and self-control. *Journal of Personality and Social Psychology*. 102 (6). 1318-1335, <https://doi.org/10.1037/a0026545>
- Holz, C., Bentley, F., Church, K., & Patel, M. (2015). "I'm just on my phone and they're watching TV": Quantifying mobile device use while watching television. Paper presented at the TVX '15 Proceedings of the ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video, Brussels, Belgium.
- Hyman Jr, I. E., Boss, S. M., Wise, B. M., McKenzie, K. E., & Caggiano, J. M. (2010). Did you see the unicycling clown? Inattention blindness while walking and talking on a cell phone. *Applied Cognitive Psychology*, 24, 597-607. <https://doi.org/10.1002/acp.1638>
- Jeong, S.-H., & Fishbein, M. (2007). Predictors of Multitasking with Media: Media Factors and Audience Factors. *Media Psychology*, 10(3), 364–384.
- Junco, R., & Cotten, S. R. (2011). Perceived academic effects of instant messaging use. *Computers & Education*, 56(2), 370–378. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2010.08.020>

- Kemp, S. (2019). Digital 2019: Indonesia. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia> pada tanggal 2 September 2019.
- Lang, A., & Chrzan, J. (2015). Media Multitasking: Good, Bad, or Ugly? *Annals of the International Communication Association*, 39(1), 99–128. <https://doi.org/10.1080/23808985.2015.11679173>
- Lau, W. W. F. (2017). Effects of social media usage and social media multitasking on the academic performance of university students. *Computers in Human Behavior*, 68, 286–291. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.043>
- Lee, J., Lin, L., & Robertson, T. (2012). The impact of media multitasking on learning. *Learning, Media and Technology*, 37(1), 94–104. <https://doi.org/10.1080/17439884.2010.537664>
- Levine, L. E., Waite, B. M., & Bowman, L. L. (2007). Electronic Media Use, Reading, and Academic Distractibility in College Youth. *CyberPsychology & Behavior*, 10(4), 560–566. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.9990>
- Liu, J. K. (2013). Idol Worship, Religiosity, and Self-Esteem among University and Secondary Students in Hong Kong. *Discovery SS Student E-journal*.
- Lui, K. F. H., & Wong, A. C.-N. (2012). Does media multitasking always hurt? A positive correlation between multitasking and multisensory integration. *Psychonomic Bulletin & Review*, 19(4), 647–653. <https://doi.org/10.3758/s13423-012-0245-7>
- Lynn, M., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and Measurement Celebrity Worship. *British Journal of Psychology*. 67-87
- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: evidence of a link among female adolescents. *British Journal of Health Psychology*. 10(2005), 17-32.
- Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25-29.
- Malthby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. *Personality and Individual Differences*, Vol. 40, 273-283.

- Marseal, A. P., Al Fatihah, A. D., Lestari, I. A., Christina, S., Wardono, T. S. Z. G., & Cahyono, R. (2022). Fenomena Fear of Missing Out pada Penggemar K-pop. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 2(1), 599–606. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v2i1.32310>
- Martin, M. M., McCutcheon, L. E., & Cayanus, J. (2015). Celebrity Worship and Its Relationship to Television-Watching Motives: A Brief Report. *North American Journal Of Psychology*. 17(2), 213-220
- Maryam, Naqiyah., Dewi. M.S. (2016). Pengaruh pola asuh orang tua dan celebrity worship terhadap *self esteem* remaja penggemar K-pop di dki Jakarta. 4(2), 148-162
- Maulida, A., Viridanda, W. Y., Nisa, H., & Sari, N. (2021). Tingkat Pemujaan Selebriti Pada Komunitas Penggemar K-pop di Aceh. *Seurune : Jurnal Psikologi Unsyiah*, 4(1), 48–74. <https://doi.org/10.24815/s-jpu.v4i1.19720>
- Mccutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship Illinois State Board of Education and Southern Illinois University School of Medicine. *The British Psychological Society*, 93, 67–87. <https://doi.org/10.1348/000712602162454>
- McCutcheon, Lynn (2004), *Celebrity Worshipers: Inside the Minds of Stargazers*. PublishAmerica.
- McDaniel, B. T., & Radesky, J. S. (2017). Technoferece: Parent distraction with technology and associations with child behavior problems. *Child Development*, 89(1), 100-109. doi:10.1111/cdev.12822
- McDonald, D. G., & Meng, J. (2009). The Multitasking of Entertainment. In K. Sharon (Ed.), *The Culture of Efficiency: technology in everyday life*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.
- Minear, M., Brasher, F., McCurdy, M., Lewis, J., & Younggren, A. (2013). Working memory, fluid intelligence, and impulsiveness in heavy media multitaskers. *Psychonomic Bulletin & Review*, 20(6), 1274–1281. <https://doi.org/10.3758/s13423-013-0456-6>
- Murphy, K., McLauchlan, S., & Lee, M. (2017). Is there a link between media multitasking and the executive functions of filtering and response inhibition? *Computers in Human Behavior*, 75, 667–677. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.001>
- Nemme, H. E., & White, K. M. (2010). Texting while driving: Psychosocial influences on young people's texting intentions and behaviour. *Accident Analysis & Prevention*, 42, 1257-1265. <http://eprints.qut.edu.au>

- Ophir, E., Nass, C., & Wagner, A. D. (2009). Cognitive control in media multitaskers. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(37), 15583–15587. <https://doi.org/10.1073/pnas.0903620106>
- Papper, R. A., Holmes, M. E., & Popovich, M. N. (2004). Middletown media studies: Media multitasking : : : and how much people really use the media. *International Digital Media & Arts Association Journal*, 1, 5–50.
- Pratt, N., Willoughby, A., & Swick, D. (2011). Effects of Working memory Load on Visual Selective attention: Behavioral and Electrophysiological Evidence. *Frontiers in Human Neuroscience*, 5. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2011.00057>
- Radesky, J. S., Peacock-Chambers, E., Zuckerman, B., & Silverstein, M. (2016). Use of mobile technology to calm upset children: Associations with social-emotional development. *JAMA pediatrics*, 170(4), 397-399. doi:10.1001/jamapediatrics.2015.4260
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Raviv, A. e. (1995). Adolescent Idolazation of Pop Singer: Cause, Expression and Reliance. *Youth and Adolescence* 25.
- Reinecke, L., Aufenanger, S., Beutel, M. E., Dreier, M., Quiring, O., Stark, B., ... Müller, K. W. (2017). Digital stress over the life span: The effects of communication load and internet multitasking on perceived stress and psychological health impairments in a German probability sample. *Media Psychology*, 20(1), 90–115.
- Reyes, M. E. S., Ayuste, J. M. D., Cabarles, A. F., Castillo, A. L. A., & McCutcheon, L. E. (2021). The Relationship of Celebrity Admiration to Social Media Use among Filipino Youth: A Brief Report. *North American Journal Of Psychology*. 23(3), 509-518
- Roberts, D. F., & Foehr, U. G. (2008). Trends in media use. *The Future of Children*, 18(1), 11–37. doi:10.1353/foc.0.0000
- Rosen, L. D., Carrier, L. M., & Cheever, N. A. (2013). Facebook and texting made me do it: Media-induced task-switching while studying. *Computers in Human Behavior*, 29, 948-958. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.001>
- Santrock, J. (2006). *Life-Span Development: Perkembangan masa hidup*. Jakarta: Erlangga.
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Celebrity worship, addiction and criminality. *Psychology, Crime & Law*, 13(6), 559-571

- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525.
- Tangney, June P., Roy F. Baumeister., dan Angie Luzio Boone, (2004). High Self Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality*, 72(2), 271-322.
- Uncapher, M. R., Lin, L., Rosen, L. D., Kirkorian, H. L., Baron, N. S., Bailey, K., ... Wagner, A. D. (2017). Media *Multitasking* and Cognitive, Psychological, Neural, and Learning Differences. *Pediatrics*, 140(Supplement 2), S62–S66. <https://doi.org/10.1542/peds.2016-1758D>
- Utami, F. R., Sitasari, N. W., & Rozali, Y. A. (2021). Hubungan Kontrol Diri dengan Celebrity Worship pada Army BTS Dewasa Awal. *Psychommunity Seminar Nasional Psikologi*. 1(01), 43-53
- Vally, Z., Moussa, D., Khalil, E., Al Fahel, A., Al Azry, N., & Jafar, N. (2021). Celebrity worship in the United Arab Emirates: An examination of its association with problematic internet use, maladaptive daydreaming, and desire for fame. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 124-134. [doi.org/10.1037/ppm0000276](https://doi.org/10.1037/ppm0000276)
- Van der Schurr, W. A., Baumgartner, S. E., Sumter, S. R., & Valkenburg, P. M. (2018). Media multitasking and sleep problems: A longitudinal study among adolescents. *Computers in Human Behavior*, 81, 316-324. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.024>
- Wang, Z., & Tchernev, J. M. (2012). The “myth” of media multitasking: Reciprocal dynamics of media multitasking, personal needs, and gratifications. *Journal of Communication*, 62(3), 493–513.
- Wang, Z., Irwin, M., Cooper, C., & Srivastava, J. (2015). Multidimensions of media multitasking and adaptive media selection. *Human Communication Research*, 41(1), 102–127.
- Wang, Z., Tchernev, J. M., & Solloway, T. (2012). A dynamic longitudinal examination of social media use, needs, and gratifications among college students. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1829e1839. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.001>
- Young, K.S., & Abreu, C. N. D. (2011). *Internet addiction: a handbook and guide to evaluation and treatment*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Zhang, W., & Zhang, L. (2012). Explicating multitasking with computers: Gratifications and situations. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1883-1891.

Zhong, B., Hardin, M., & Sun, T. (2011). Less effortful thinking leads to more social networking? The associations between the use of social network sites and personality traits. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1265–1271.





LAMPIRAN-LAMPIRAN



**LAMPIRAN 1**  
**SKALA PENELITIAN**

## PENGANTAR SKALA

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam.

Perkenalkan Saya Sinar, dari Universitas Bosowa Makassar. Saat ini saya sedang melakukan pengambilan data, dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi). Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan dan juga partisipasi dari Anda untuk membantu saya dengan mengisi skala penelitian ini. Adapun kriteria responden yang dapat mengisi skala ini, yakni:

1. Penggemar K-pop yang bergabung ke dalam satu fandom atau lebih
2. Berusia 18 sampai 25 Tahun
3. Berdomisili Makassar

Jika Anda memenuhi kriteria tersebut, saya mohon untuk kesediaannya mengisi skala ini. Seluruh jawaban yang Anda berikan adalah jawaban yang benar dan akan terjamin kerahasiannya, untuk itu Anda diminta untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Terima Kasih atas kesediaan dan partisipasi Anda dalam penelitian ini.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Hormat saya

Sinar

## IDENTITAS RESPONDEN

Nama/Insial :  
Jenis Kelamin : P/L (Lingkari salah satu)  
Usia :  
Pendidikan terakhir :  
Profesi :  
Fandom Dari :  
Lama Menjadi K-popers :

---

## PETUNJUK Pengerjaan

1. Bacalah dan pahami setiap pernyataan yang ada dengan teliti
2. Dalam pengisian skala ini, semua jawaban yang Anda berikan adalah **BENAR**, selama jawaban tersebut menggambarkan kondisi Anda yang sebenarnya.
3. Jawablah setiap pernyataan dalam skala ini sesuai dengan kondisi (rasakan, alami, maupun pikirkan) Anda yang sebenarnya dengan cara mencentang salah satu dari alternatif jawaban yang ada. Adapun pilihan jawaban tersebut yaitu:

**SS** : Sangat Setuju  
**S** : Setuju  
**N** : Netral  
**TS** : Tidak Setuju  
**STS** : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Jika saya bertemu idola saya secara pribadi, dia pasti mengetahui bahwa saya penggemar terbesarnya					
2	Idola saya sempurna dalam segala hal					
3	Saya memiliki ikatan khusus dengan idola yang tidak dapat diungkapkan dengan kata-kata					
4	Mengenali idola adalah cara untuk mencintainya					
5	Ketika sesuatu yang buruk terjadi pada idola saya, maka saya ikut merasakannya					
6	Ketika idola saya gagal atau kehilangan sesuatu, saya merasa ikut gagal sendiri.					
7	Keberhasilan idola saya adalah keberhasilan saya juga					
8	Saya menganggap idola saya sebagai belahan jiwa					
9	Ketika idola saya mati, saya akan merasa seperti mati juga					
10	Jika seseorang memberi saya sejumlah uang, saya akan mempertimbangkan untuk membeli barang-barang yang berhubungan dengan idola saya					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
11	Ketika sesuatu hal baik menimpa idola saya, saya merasa hal tersebut terjadi pada diri saya					
12	Saya terobsesi secara detail mengenai idola saya					
13	Saya memiliki gambar atau foto dan souvenir yang berhubungan dengan idola favorit saya dan disimpan dengan rapi					
14	Mengikuti berita tentang idola saya adalah hiburan bagi saya					
15	Saya menonton, membaca dan mendengarkan tentang idola saya dan hal itu adalah waktu yang terbaik					
16	Idola saya akan segera datang menyelamatkan saya jika saya butuh bantuan					
17	Saya suka menonton dan mendengarkan tentang idola saya, karena berada dengan perkumpulan orang-orang yang memiliki idola yang sama					
18	Saya dengan senang hati akan mati demi menyelamatkan idola saya					
19	Jika saya beruntung bertemu idola saya dan dia meminta					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	untuk melakukan hal yang dilarang saya akan melakukannya					
20	Jika saya berjalan melewati pintu rumah idola saya tanpa undangan dia akan senang melihat saya					
21	Saya sering memikirkan idola saya bahkan ketika tidak ingin memikirkannya					
22	Saya merasa terdorong untuk mempelajari kebiasaan dari idola favorit saya					
23	Mempelajari kisah hidup idola saya adalah hal yang menyenangkan					
24	Saya dan idola saya memiliki kode rahasia sendiri sehingga dapat berkomunikasi secara rahasia melalui TV atau radio					
25	Jika idola saya mendapat tuduhan melakukan kejahatan, tuduhan tersebut harus salah					
26	Berita mengenai idola saya adalah hiburan yang menyenangkan dari kerasnya dunia					
27	Akan lebih bagus jika idola saya					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	dan saya dikurung disebuah ruangan selama beberapa hari					
28	Jika idola saya melihat saya di restoran dia akan meminta saya untuk duduk dan berbicara					

**PENGANTAR SKALA**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam.

Perkenalkan Saya Sinar, dari Universitas Bosowa Makassar. Saat ini saya sedang melakukan pengambilan data, dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi). Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan dan juga partisipasi dari Anda untuk membantu saya dengan mengisi skala penelitian ini. Adapun kriteria responden yang dapat mengisi skala ini, yakni:

4. Penggemar K-pop yang bergabung ke dalam satu fandom atau lebih
5. Berusia 18 sampai 25 Tahun
6. Berdomisili Makassar

Jika Anda memenuhi kriteria tersebut, saya mohon untuk kesediaannya mengisi skala ini. Seluruh jawaban yang Anda berikan adalah jawaban yang benar dan akan terjamin kerahasiannya, untuk itu Anda diminta untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Terima Kasih atas kesediaan dan partisipasi Anda dalam penelitian ini.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Hormat saya

Sinar

**IDENTITAS RESPONDEN**

Nama/Insial :  
 Jenis Kelamin : P/L (Lingkari salah satu)  
 Usia :  
 Pendidikan terakhir :  
 Profesi :  
 Fandom Dari :  
 Lama Menjadi K-popers :

---

**PETUNJUK Pengerjaan**

4. Bacalah dan pahami setiap pernyataan yang ada dengan teliti
5. Dalam pengisian skala ini, semua jawaban yang Anda berikan adalah **BENAR**, selama jawaban tersebut menggambarkan kondisi Anda yang sebenarnya.
6. Jawablah setiap pernyataan dalam skala ini sesuai dengan kondisi (rasakan, alami, maupun pikirkan) Anda yang sebenarnya dengan cara mencentang salah satu dari alternatif jawaban yang ada. Adapun pilihan jawaban tersebut yaitu:

**SS** : Sangat Setuju  
**S** : Setuju  
**TS** : Tidak Setuju  
**STS** : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	N	STS
1	Saya kesulitan menghentikan kebiasaan buruk				
2	Saya pemalas				
3	Saya mengucapkan hal-hal yang tidak pantas (Berbicara kasar/kotor)				
4	Saya tidak pernah membiarkan diri saya kehilangan kontrol				
5	Saya melakukan hal-hal yang menyenangkan walaupun hal tersebut kurang baik bagi saya				
6	Orang lain dapat mengandalkan saya dalam hal ketepatan waktu				
7	Saya kesulitan untuk berkata tidak				
8	Saya sering berubah pikiran				
9	Saya mengatakan apa pun yang ada di pikiran saya				
10	Orang lain akan menggambarkan saya sebagai orang yang bertindak secara cepat tanpa berpikir panjang (impulsif)				
11	Saya tidak mau melakukan hal-hal yang buruk bagi diri saya				
12	Saya tidak mau melakukan hal-hal yang buruk bagi diri saya				
13	Saya dapat diandalkan				
14	Saya tidak pandai menyimpan rahasia				
15	Orang mengatakan bahwa saya sangat disiplin				
16	Saya mengerjakan sesuatu disaat-saat terakhir				
17	Saya melakukan hal-hal yang menyehatkan				
18	Hal-hal yang menyenangkan kadang menghambat saya menyelesaikan tugas				
19	Saya sulit berkonsentrasi				
20	Saya mampu bekerja secara efektif untuk tujuan-tujuan jangka panjang				
21	Terkadang saya tidak bisa menahan diri untuk melakukan sesuatu, meskipun saya tahu itu salah				
22	Saya sering bertindak tanpa memikirkan pertimbangan atau perencanaan				
23	Saya sering memotong pembicaraan orang lain				
24	Saya selalu tepat waktu.				

**PENGANTAR SKALA**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam.

Perkenalkan Saya Sinar, dari Universitas Bosowa Makassar. Saat ini saya sedang melakukan pengambilan data, dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi). Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan dan juga partisipasi dari Anda untuk membantu saya dengan mengisi skala penelitian ini. Adapun kriteria responden yang dapat mengisi skala ini, yakni:

7. Penggemar K-pop yang bergabung ke dalam satu fandom atau lebih
8. Berusia 18 sampai 25 Tahun
9. Berdomisili Makassar

Jika Anda memenuhi kriteria tersebut, saya mohon untuk kesediaannya mengisi skala ini. Seluruh jawaban yang Anda berikan adalah jawaban yang benar dan akan terjamin kerahasiannya, untuk itu Anda diminta untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Terima Kasih atas kesediaan dan partisipasi Anda dalam penelitian ini.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Hormat saya

Sinar

**IDENTITAS RESPONDEN**

Nama/Insial :  
 Jenis Kelamin : P/L (Lingkari salah satu)  
 Usia :  
 Pendidikan terakhir :  
 Profesi :  
 Fandom Dari :  
 Lama Menjadi K-popers :  
 \_\_\_\_\_

**PETUNJUK Pengerjaan**

7. Bacalah dan pahami setiap pernyataan yang ada dengan teliti
8. Dalam pengisian skala ini, semua jawaban yang Anda berikan adalah **BENAR**, selama jawaban tersebut menggambarkan kondisi Anda yang sebenarnya.
9. Jawablah setiap pernyataan dalam skala ini sesuai dengan kondisi (rasakan, alami, maupun pikirkan) Anda yang sebenarnya dengan cara mencentang salah satu dari alternatif jawaban yang ada. Adapun pilihan jawaban tersebut yaitu:

**TP** : Tidak Pernah  
**SJ** : Sangat Jarang  
**KK** : Kadang-Kadang  
**SS** : Sangat Sering

### **Membaca Media Cetak**

Pertanyaan pertanyaan di halaman menyinggung tentang MEMBACA MEDIA CETAK yang termasuk di dalamnya adalah buku, koran, majalah, surat pos dll. Jika Anda tidak membaca media cetak jawab dengan TIDAK PERNAH untuk setiap pertanyaan di bawah ini:

Dalam 6 bulan terakhir, kira-kira berapa jam per minggu Anda menghabiskan waktu melakukan aktivitas ini? (masukkan angka saja)

Ketika Anda membaca media cetak, seberapa sering Anda juga melakukan aktivitas-aktivitas di bawah ini pada saat yang bersamaan?

	Tidak Pernah	Sangat Jarang	Sesekali	Sangat Sering
Menonton Televisi				
Menonton Video di Komputer /Laptop				
Mendengarkan Musik				
Berbicara di Telepon				
Bermain Video Games				
Mengirim Pesan Singkat (SMS/Chat/Instan Messaging, dsb)				
Mengakses Media Sosial (Facebook, Instagram, Twitter, dsb)				
Browsing/Aktivitas Internet Lainnya (Membaca Berita, Membuka e-mail, dsb)				

### **Menonton Televisi**

Pertanyaan pertanyaan di halaman ini menyinggung tentang MENONTON TELEVISI yang termasuk di dalamnya adalah menonton acara apapun di televisi, termasuk televisi kabel/berlangganan dan DVD/Blu Ray. Jika Anda tidak menonton televisi, jawab dengan TIDAK PERNAH untuk setiap pertanyaan di bawah ini.

Dalam 6 bulan terakhir, kira-kira berapa jam per minggu Anda menghabiskan waktu melakukan aktivitas ini? (masukkan angka saja)

Ketika Anda membaca media cetak, seberapa sering Anda juga melakukan aktivitas-aktivitas di bawah ini pada saat yang bersamaan?

	Tidak Pernah	Sangat Jarang	Sesekali	Sangat Sering
Membaca Media Cetak				
Menonton Video di Komputer/Laptop				
Mendengarkan Musik				
Berbicara di Telepon				
Bermain Video Games				
Mengirim Pesan Singkat (SMS/Chat/Instan Messaging, dsb)				
Mengakses Media Sosial (Facebook, Instagram, Twitter, dsb)				
Browsing/Aktivitas Internet Lainnya (Membaca Berita, Membuka e-mail, dsb)				

### **Menonton Video dikomputer/Laptop**

Pertanyaan pertanyaan di halaman ini menyinggung tentang MENONTON VIDEO DI KOMPUTER yang termasuk di dalamnya adalah menonton YouTube, Vimeo dan DailyMotion: Jka Anda tidak menonton video di komputer, jawab dengan tidak pernah untuk setiap pertanyaan di bawah ini:

Dalam 6 bulan terakhir, kira-kira berapa jam per minggu Anda menghabiskan waktu melakukan aktivitas ini? (masukkan angka saja)

Ketika Anda membaca media cetak, seberapa sering Anda juga melakukan aktivitas-aktivitas di bawah ini pada saat yang bersamaan?

	Tidak Pernah	Sangat Jarang	Sesekali	Sangat Sering
Membaca Media Cetak				
Menonton Televisi				
Mendengarkan Musik				
Berbicara di Telepon				
Bermain Video Games				
Mengirim Pesan Singkat (SMS/Chat/Instan Messaging, dsb)				
Mengakses Media Sosial (Facebook, Instagram, Twitter, dsb)				
Browsing/Aktivitas Internet Lainnya (Membaca Berita, Membuka e-mail, dsb)				

## Mendengarkan Musik

Pertanyaan pertanyaan di halaman ini menyinggung tentang MENDENGARKAN MUSIK yang termasuk di dalamnya adalah mendengarkan musik lewat MP3, CD, Radio di internet menggunakan komputer, smartphone dan lain lain. Jika Anda tidak mendengarkan musik, jawab dengan tidak pernah untuk setiap pertanyaan di bawah ini:

Dalam 6 bulan terakhir, kira-kira berapa jam per minggu Anda menghabiskan waktu melakukan aktivitas ini? (masukkan angka saja)

Ketika Anda membaca media cetak, seberapa sering Anda juga melakukan aktivitas-aktivitas di bawah ini pada saat yang bersamaan?

	Tidak Pernah	Sangat Jarang	Sesekali	Sangat Sering
Membaca Media Cetak				
Menonton Televisi				
Menonton Video di Komputer/Laptop				
Berbicara di Telepon				
Bermain Video Games				
Mengirim Pesan Singkat (SMS/Chat/Instan Messaging, dsb)				
Mengakses Media Sosial (Facebook, Instagram, Twitter, dsb)				
Browsing/Aktivitas Internet Lainnya (Membaca Berita, Membuka e-mail, dsb)				

### **Berbicara di Telepon**

Pertanyaan pertanyaan di halaman ini menyinggung tentang BERBICARA DI TELEPON yang termasuk di dalamnya adalah telepon seluler, rumah, dan kantor untuk bercakap cakap. Jika Anda tidak berbicara di telepon, jawab dengan tidak pernah untuk setiap pertanyaan di bawah ini:

Dalam 6 bulan terakhir, kira-kira berapa jam per minggu Anda menghabiskan waktu melakukan aktivitas ini? (masukkan angka saja)

Ketika Anda membaca media cetak, seberapa sering Anda juga melakukan aktivitas-aktivitas di bawah ini pada saat yang bersamaan?

	Tidak Pernah	Sangat Jarang	Sesekali	Sangat Sering
Membaca Media Cetak				
Menonton Televisi				
Menonton Video di Komputer/Laptop				
Mendengarkan Musik				
Bermain Video Games				
Mengirim Pesan Singkat (SMS/Chat/Instan Messaging, dsb)				
Mengakses Media Sosial (Facebook, Instagram, Twitter, dsb)				
Browsing/Aktivitas Internet Lainnya (Membaca Berita, Membuka e-mail, dsb)				

### **Berbicara Video Games**

Pertanyaan pertanyaan di halaman ini menyinggung tentang BERMAIN VIDEO GAMES yang masuk di dalamnya adalah bermain games di Komputer, Smartphone maupun Konsul playstation, XBOX, wii. Jika Anda tidak bermain video games, jawab dengan tidak pernah untuk setiap pertanyaan di bawah ini:

Dalam 6 bulan terakhir, kira-kira berapa jam per minggu Anda menghabiskan waktu melakukan aktivitas ini? (masukkan angka saja)

Ketika Anda membaca media cetak, seberapa sering Anda juga melakukan aktivitas-aktivitas di bawah ini pada saat yang bersamaan?

	Tidak Pernah	Sangat Jarang	Sesekali	Sangat Sering
Membaca Media Cetak				
Menonton Televisi				
Menonton Video di Komputer/Laptop				
Mendengarkan Musik				
Berbicara di Telepon				
Mengirim Pesan Singkat (SMS/Chat/Instan Messaging, dsb)				
Mengakses Media Sosial (Facebook, Instagram, Twitter, dsb)				
Browsing/Aktivitas Internet Lainnya (Membaca Berita, Membuka e-mail, dsb)				

### **Mengirim Pesan Singkat**

pertanyaan pertanyaan di halaman ini menyinggung tentang MENGIRIM PESAN SINGKAT yang termasuk di dalamnya adalah Chatting, instan messaging, BBM atau WhatsApp. Jika anda tidak mengirim pesan singkat jawab dengan tidak pernah untuk setiap pertanyaan dibawah ini:

Dalam 6 bulan terakhir, kira-kira berapa jam per minggu Anda menghabiskan waktu melakukan aktivitas ini? (masukkan angka saja)

Ketika Anda membaca media cetak, seberapa sering Anda juga melakukan aktivitas-aktivitas di bawah ini pada saat yang bersamaan?

	Tidak Pernah	Sangat Jarang	Sesekali	Sangat Sering
Membaca Media Cetak				
Menonton Televisi				
Menonton Video di Komputer/Laptop				
Mendengarkan Musik				
Berbicara di Telepon				
Bermain Video Games				
Mengakses Media Sosial (Facebook, Instagram, Twitter, dsb)				
Browsing/Aktivitas Internet Lainnya (Membaca Berita, Membuka e-mail, dsb)				

### **Menggunakan Media Sosial**

pertanyaan pertanyaan di halaman ini menyinggung tentang seluruh penggunaan MEDIA SOSIAL, yang termasuk di dalamnya adalah seperti Facebook, Twitter, Instagram, dsb. Jika Anda tidak menggunakan media sosial, jawab dengan tidak pernah untuk setiap pertanyaan di bawah ini:

Dalam 6 bulan terakhir, kira-kira berapa jam per minggu Anda menghabiskan waktu melakukan aktivitas ini? (masukkan angka saja)

Ketika Anda membaca media cetak, seberapa sering Anda juga melakukan aktivitas-aktivitas di bawah ini pada saat yang bersamaan?

	Tidak Pernah	Sangat Jarang	Sesekali	Sangat Sering
Membaca Media Cetak				
Menonton Televisi				
Menonton Video di Komputer/Laptop				
Mendengarkan Musik				
Berbicara di Telepon				
Bermain Video Games				
Berkirim Pesan Singkat				
Browsing/Aktivitas Internet Lainnya (Membaca Berita, Membuka e-mail, dsb)				

### **Browsing/Aktivitas internet Lainnya**

Pertanyaan pertanyaan di halaman ini menyinggung tentang BROWSING/ AKTIVITAS INTERNET LAINNYA yang termasuk di dalamnya adalah membaca media online, menulis di Blog, berkirim pesan dll. Jika Anda tidak browsing, jawab dengan tidak pernah untuk setiap pertanyaan di bawah ini:

Dalam 6 bulan terakhir, kira-kira berapa jam per minggu Anda menghabiskan waktu melakukan aktivitas ini? (masukkan angka saja)

Ketika Anda membaca media cetak, seberapa sering Anda juga melakukan aktivitas-aktivitas di bawah ini pada saat yang bersamaan?

	Tidak Pernah	Sangat Jarang	Sesekali	Sangat Sering
Membaca Media Cetak				
Menonton Televisi				
Menonton Video di Komputer/Laptop				
Mendengarkan Musik				
Berbicara di Telepon				
Bermain Video Games				
Berkirim Pesan Singkat				
Mengakses Media Sosial (Facebook, Instagram, Twitter, dsb)				



**LAMPIRAN 2**  
**TABULASI DATA**

**Data Demografi Responden**

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK	Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S1	2	2	3	1	2	3	S24	2	3	3	1	4	2
S2	2	2	3	1	2	4	S25	2	2	3	2	4	1
S3	2	2	3	1	3	2	S26	2	1	5	1	5	2
S4	2	2	3	1	2	3	S27	2	3	5	2	2	5
S5	2	3	5	2	2	4	S28	2	2	3	1	2	2
S6	2	3	5	2	4	5	S29	2	2	5	2	4	5
S7	2	3	5	2	2	4	S30	2	2	3	1	4	2
S8	2	2	3	1	5	3	S31	2	3	3	2	5	4
S9	2	4	5	3	2	5	S32	2	3	4	1	4	5
S10	2	3	3	2	3	2	S33	2	1	3	1	5	3
S11	2	3	5	3	1	5	S34	2	2	3	1	5	3
S12	1	2	5	1	3	1	S35	2	3	3	2	4	3
S13	2	2	3	1	1	4	S36	2	2	5	1	5	3
S14	2	2	3	1	5	1	S37	2	2	3	1	2	4
S15	2	3	3	1	2	3	S38	2	2	3	1	2	3
S16	2	3	3	2	2	5	S39	2	2	3	1	3	2
S17	2	2	5	1	1	4	S40	1	2	3	1	5	2
S18	1	1	3	1	3	1	S41	2	2	3	1	4	5
S19	2	1	3	1	3	3	S42	2	2	3	1	4	4
S20	1	2	5	1	3	1	S43	1	2	3	1	5	3
S21	2	1	3	1	3	1	S44	2	1	3	1	3	1
S22	2	2	3	1	5	3	S45	2	2	3	1	3	5
S23	2	2	3	1	2	3	S46	2	2	3	1	5	2

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S47	1	2	3	1	1	2
S48	2	2	3	1	4	1
S49	1	2	3	1	3	2
S50	2	1	3	1	4	2
S51	2	2	3	1	4	2
S52	2	1	3	1	2	4
S53	2	2	3	1	2	2
S54	2	3	3	1	5	2
S55	1	3	3	1	5	2
S56	2	2	3	1	4	3
S57	2	1	5	1	5	2
S58	1	2	3	1	5	3
S59	2	2	5	1	4	3
S60	2	1	5	1	3	2
S61	2	3	5	3	3	3
S62	2	2	3	1	1	2
S63	2	4	5	2	5	3
S64	2	3	3	3	5	2
S65	2	2	3	1	1	4
S66	2	3	3	2	1	4
S67	2	3	3	1	1	4
S68	2	2	3	1	3	2
S69	2	1	3	1	5	3
S70	2	3	4	2	2	5

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S71	2	2	3	1	1	4
S72	2	2	3	1	5	4
S73	2	3	3	1	1	3
S74	2	2	3	1	5	2
S75	2	3	5	1	2	2
S76	1	3	3	2	3	2
S77	1	3	3	1	3	3
S78	2	2	3	1	3	2
S79	2	2	3	1	4	3
S80	1	2	3	1	5	4
S81	2	2	3	1	5	4
S82	2	2	3	1	3	3
S83	1	3	3	1	5	3
S84	1	2	5	1	5	2
S85	1	2	3	1	3	4
S86	2	2	5	1	4	3
S87	1	1	3	2	5	2
S88	2	3	5	1	3	4
S89	1	1	3	2	4	2
S90	2	3	5	3	2	4
S91	2	1	3	1	5	4
S92	2	3	3	1	4	2
S93	2	3	3	1	5	2
S94	2	3	3	1	1	3

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S95	2	2	3	1	3	5
S96	1	2	3	3	2	5
S97	2	3	5	3	5	2
S98	2	3	3	3	2	4
S99	2	3	5	1	1	2
S100	2	2	3	1	1	2
S101	2	3	4	2	1	3
S102	2	1	3	3	4	2
S103	2	3	5	2	5	5
S104	2	2	3	1	4	2
S105	2	2	3	1	4	3
S106	2	2	1	2	4	2
S107	2	2	4	1	1	3
S108	2	3	5	1	4	5
S109	2	3	3	1	5	5
S110	2	4	5	1	5	5
S111	2	2	3	1	1	5
S112	2	3	5	2	4	5
S113	1	3	5	1	5	3
S114	2	2	3	2	1	3
S115	2	2	3	1	5	4
S116	2	3	5	1	2	4
S117	2	3	4	2	5	3
S118	2	2	3	2	1	3

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S119	2	3	3	3	5	3
S120	2	2	3	1	2	4
S121	2	2	3	2	1	3
S122	2	3	3	1	2	4
S123	2	3	4	2	5	3
S124	2	3	5	2	2	5
S125	2	1	2	3	5	2
S126	2	2	3	1	2	4
S127	2	4	5	2	1	3
S128	2	2	3	1	2	3
S129	2	1	3	2	5	4
S130	2	1	3	3	1	3
S131	2	2	3	2	4	3
S132	2	3	3	1	5	5
S133	2	2	3	1	5	3
S134	2	1	3	1	1	3
S135	2	3	5	1	5	5
S136	2	4	5	1	1	5
S137	2	2	3	2	5	3
S138	2	3	3	1	5	3
S139	2	2	3	1	4	3
S140	2	2	3	1	5	4
S141	2	3	5	2	5	4
S142	2	2	3	1	1	3

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK	Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S143	2	2	3	1	3	3	S167	2	4	5	2	2	3
S144	1	2	3	2	2	4	S168	2	1	3	1	2	3
S145	2	3	4	2	2	3	S169	2	2	3	1	2	2
S146	2	3	5	2	2	3	S170	2	4	5	2	2	4
S147	2	4	5	2	2	5	S171	2	1	3	1	2	1
S148	2	2	3	1	2	3	S172	2	2	3	1	2	3
S149	2	2	3	1	2	2	S173	2	4	5	3	2	5
S150	2	2	3	1	2	3	S174	2	1	3	2	2	3
S151	2	3	5	2	2	4	S175	2	3	5	2	2	4
S152	2	2	3	2	1	2	S176	2	4	5	2	2	2
S153	2	3	3	2	2	3	S177	2	3	4	3	2	2
S154	2	3	3	1	2	4	S178	2	4	5	2	2	5
S155	2	4	4	2	2	3	S179	2	4	5	3	2	3
S156	2	4	5	3	2	5	S180	2	2	5	1	2	4
S157	2	1	3	3	2	3	S181	2	2	5	1	2	4
S158	1	2	4	1	2	3	S182	2	3	3	2	2	5
S159	2	4	5	2	2	5	S183	2	4	5	2	2	5
S160	2	3	3	1	1	2	S184	2	3	3	1	2	3
S161	2	4	5	2	2	4	S185	2	3	5	1	2	3
S162	2	3	4	2	2	5	S186	2	2	3	1	2	4
S163	2	4	5	2	2	2	S187	2	2	3	2	2	3
S164	2	3	5	1	2	5	S188	2	3	5	2	2	5
S165	2	2	3	1	2	4	S189	2	2	3	1	2	4
S166	2	2	3	1	2	4	S190	2	2	3	1	2	3

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK	Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S191	2	4	3	1	2	3	S215	2	4	4	2	4	2
S192	2	2	3	1	2	3	S216	2	2	3	1	4	2
S193	2	2	3	1	2	4	S217	2	1	3	2	1	3
S194	2	4	3	2	5	5	S218	2	2	3	1	2	2
S195	2	3	3	1	2	4	S219	2	4	5	1	5	5
S196	2	2	3	1	2	3	S220	1	3	3	2	3	2
S197	2	2	4	1	2	3	S221	2	2	3	1	1	3
S198	2	1	3	3	2	2	S222	2	3	4	1	3	2
S199	2	3	5	1	2	3	S223	2	3	5	1	1	3
S200	2	3	5	2	2	3	S224	2	1	3	2	3	2
S201	2	2	3	1	1	3	S225	2	4	5	2	1	2
S202	2	3	3	2	3	2	S226	2	3	3	2	3	3
S203	1	1	3	1	3	1	S227	2	4	4	2	5	5
S204	2	2	3	1	2	2	S228	2	2	3	1	1	3
S205	1	2	4	1	3	1	S229	2	2	4	1	4	3
S206	2	3	5	2	4	3	S230	1	1	3	1	3	1
S207	2	1	3	1	1	2	S231	2	3	5	2	4	5
S208	2	2	3	2	4	2	S232	2	4	4	2	3	2
S209	2	2	3	1	4	3	S233	2	3	3	2	1	3
S210	2	2	3	2	2	2	S234	2	2	3	1	3	2
S211	2	3	4	2	2	3	S235	1	1	3	2	3	2
S212	2	3	3	2	3	2	S236	2	3	5	2	2	3
S213	2	2	3	1	2	2	S237	2	3	4	2	3	2
S214	2	2	3	2	3	4	S238	2	2	3	2	3	3

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S239	2	3	5	2	1	3
S240	1	2	3	1	3	3
S241	1	3	5	2	5	4
S242	2	2	3	1	4	2
S243	1	4	4	2	3	1
S244	1	2	3	1	5	3
S245	1	4	3	2	3	1
S246	2	2	4	1	2	1
S247	2	2	3	1	3	4
S248	2	2	4	1	4	2
S249	2	2	3	1	2	2
S250	2	2	5	2	5	5
S251	2	3	3	2	1	3
S252	2	3	5	2	2	3
S253	1	3	5	2	2	3
S254	2	2	3	1	1	2
S255	1	3	5	2	3	3
S256	2	2	3	2	2	1
S257	2	2	3	2	5	2
S258	2	3	4	2	2	3
S259	2	2	3	1	4	2
S260	2	2	3	1	4	2
S261	2	3	3	1	2	3
S262	1	2	3	1	4	3

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S263	2	2	4	2	3	3
S264	2	4	5	2	4	3
S265	2	2	3	2	2	2
S266	1	3	5	2	5	2
S267	2	3	3	2	4	4
S268	2	2	4	1	2	2
S269	2	4	5	2	3	3
S270	1	1	2	3	3	2
S271	2	1	3	1	4	2
S272	2	3	3	2	3	4
S273	1	2	3	1	2	4
S274	2	3	4	2	3	3
S275	2	2	3	1	2	3
S276	2	1	3	1	1	1
S277	2	3	5	2	2	2
S278	2	3	3	2	2	4
S279	2	2	3	1	2	3
S280	2	3	4	2	4	2
S281	2	2	3	1	2	2
S282	2	2	3	1	4	2
S283	2	2	3	2	3	2
S284	2	4	5	2	3	2
S285	2	1	3	1	4	2
S286	2	2	3	2	4	2

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S287	1	3	3	2	3	2
S288	1	2	3	1	1	2
S289	2	2	4	1	1	2
S290	2	3	5	2	2	2
S291	2	2	3	1	1	2
S292	2	2	4	1	2	3
S293	2	3	5	2	3	3
S294	1	3	5	2	1	2
S295	2	2	3	1	4	2
S296	1	3	5	2	2	2
S297	2	2	3	1	4	2
S298	1	3	5	2	3	2
S299	2	3	5	2	1	2
S300	2	4	5	2	1	2
S301	2	3	5	2	2	2
S302	2	2	3	1	2	3
S303	2	2	3	3	1	3
S304	2	3	4	2	2	3
S305	2	3	3	1	2	5
S306	2	3	5	3	2	4
S307	2	4	6	3	2	5
S308	2	4	5	1	2	5
S309	2	3	5	2	2	5
S310	2	4	5	2	2	2

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S311	2	2	3	2	2	3
S312	2	3	5	2	2	4
S313	2	4	5	2	2	5
S314	2	4	5	2	2	5
S315	2	4	5	2	2	4
S316	2	2	3	1	2	3
S317	2	3	4	2	2	3
S318	2	3	5	3	5	5
S319	2	2	5	1	2	3
S320	2	1	3	3	2	3
S321	2	4	5	2	3	4
S322	2	3	5	1	2	3
S323	2	3	3	2	2	2
S324	1	3	3	1	5	1
S325	2	1	3	1	5	4
S326	2	2	3	2	5	4
S327	2	2	3	1	2	4
S328	2	2	3	1	4	3
S329	2	4	5	2	5	5
S330	2	1	3	2	5	2
S331	2	2	3	1	4	2
S332	2	2	3	1	5	3
S333	2	3	3	1	1	3
S334	2	2	3	1	1	3

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK	Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S335	2	1	3	1	2	2	S359	1	3	5	2	5	4
S336	2	3	5	3	2	5	S360	2	3	5	2	5	5
S337	2	3	3	1	4	4	S361	2	4	2	2	1	3
S338	2	2	5	1	1	4	S362	2	2	3	1	1	4
S339	2	2	3	1	2	3	S363	2	3	3	2	2	3
S340	2	4	5	2	5	5	S364	2	2	3	1	4	2
S341	2	4	5	2	1	3	S365	2	2	3	1	1	4
S342	2	4	5	1	5	5	S366	2	3	3	1	1	4
S343	2	1	3	3	5	3	S367	2	2	3	1	5	5
S344	2	2	5	1	1	2	S368	2	2	3	2	2	3
S345	2	3	3	1	5	5	S369	2	4	3	1	5	5
S346	2	2	3	1	4	4	S370	2	2	5	1	2	3
S347	2	1	3	1	3	3	S371	2	4	5	2	3	3
S348	2	4	3	2	2	5	S372	2	2	3	1	5	2
S349	2	3	3	1	1	2	S373	2	3	3	2	5	5
S350	2	2	3	1	5	4	S374	2	2	5	1	4	3
S351	2	2	3	1	2	3	S375	2	2	4	1	5	5
S352	2	2	3	1	1	3	S376	2	3	5	1	4	5
S353	2	4	2	2	1	3	S377	2	2	5	1	2	3
S354	2	3	5	2	2	5	S378	2	4	3	2	1	3
S355	2	3	5	1	1	2	S379	2	2	3	1	1	3
S356	1	3	3	2	4	5	S380	2	2	3	1	2	3
S357	2	2	3	1	4	4	S381	2	2	3	1	2	3
S358	2	2	3	1	2	3	S382	2	1	3	3	4	2

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK	Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S383	2	3	5	1	2	3	S407	2	2	3	1	1	3
S384	1	3	5	2	5	3	S408	2	2	3	1	1	3
S385	2	2	3	2	1	3	S409	2	2	5	1	4	3
S386	2	4	6	3	2	5	S410	2	2	3	2	5	3
S387	2	3	5	2	5	5	S411	2	4	5	2	5	4
S388	1	1	3	3	3	3	S412	2	1	3	3	5	2
S389	2	3	3	2	5	3	S413	2	3	5	2	2	4
S390	2	3	5	1	5	5	S414	1	2	5	1	1	4
S391	1	3	5	2	5	3	S415	2	1	3	3	5	4
S392	2	2	3	1	4	3	S416	2	1	2	3	1	3
S393	2	1	3	3	5	2	S417	2	3	5	2	5	4
S394	2	2	3	1	5	3	S418	2	3	5	2	2	4
S395	2	2	3	1	5	3	S419	2	3	3	1	4	3
S396	2	3	5	2	5	4	S420	2	2	3	1	1	3
S397	2	2	3	1	5	3	S421	2	2	3	1	4	2
S398	2	4	5	2	2	5	S422	1	3	3	1	5	2
S399	2	4	3	1	1	4	S423	2	2	3	1	4	4
S400	2	3	3	2	5	4	S424	2	3	5	1	1	4
S401	2	2	3	1	5	2	S425	2	3	3	1	2	4
S402	2	4	4	2	1	4	S426	2	3	3	1	5	3
S403	2	2	3	2	3	2	S427	2	2	3	1	1	2
S404	2	2	3	1	1	4	S428	2	3	3	1	1	3
S405	1	3	3	1	5	4	S429	2	4	3	2	4	4
S406	2	2	3	1	5	2	S430	2	2	3	1	5	2

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S431	2	2	3	1	4	4
S432	2	3	3	1	4	4
S433	2	2	3	3	1	4
S434	1	2	3	1	5	3
S435	2	2	3	1	4	2
S436	2	3	4	2	4	4
S437	2	3	3	1	5	4
S438	2	2	3	1	5	4
S439	2	3	3	1	5	3
S440	2	4	5	3	5	4
S441	2	1	3	2	5	3
S442	2	1	3	1	5	2
S443	2	3	3	1	5	4
S444	2	1	3	1	4	3
S445	2	1	3	1	4	4
S446	2	2	3	1	4	2
S447	2	2	3	2	2	2
S448	2	1	3	1	5	4
S449	2	1	3	1	3	3
S450	1	3	4	2	5	2
S451	2	2	3	1	5	4
S452	2	2	3	2	5	4
S453	2	2	3	1	4	2
S454	2	2	5	1	1	4

Subjek	JK	Usia	PT	Profesi	Fandom	LMK
S455	2	2	3	1	5	4
S456	1	2	3	1	2	3
S457	2	3	5	2	5	3
S458	1	1	5	1	1	3
S459	2	2	3	1	2	3
S460	2	2	3	1	1	2
S461	2	2	3	1	1	2
S462	2	3	5	2	5	4
S463	2	4	5	1	5	4
S464	2	2	3	1	2	4
S465	2	2	3	2	1	3
S466	2	3	5	1	2	4
S467	2	2	3	1	5	4

**Keterangan :**

JK : Jenis Kelamin

PT : Pendidikan Terakhir

LMK : Lama Menjadi K-popers

**Total skor Skala *Celebrity Worship***

<b>Subjek</b>	<b>Total skor</b>	<b>Subjek</b>	<b>Total</b>	<b>Subjek</b>	<b>Total Skor</b>	<b>subjek</b>	<b>Total Skor</b>
S1	109	S51	107	S101	111	S151	82
S2	93	S52	79	S102	99	S152	74
S3	84	S53	103	S103	85	S153	78
S4	90	S54	70	S104	108	S154	95
S5	75	S55	119	S105	85	S155	88
S6	67	S56	70	S106	61	S156	73
S7	97	S57	75	S107	115	S157	122
S8	76	S58	79	S108	83	S158	85
S9	98	S59	84	S109	69	S159	95
S10	121	S60	72	S110	99	S160	79
S11	52	S61	84	S111	68	S161	99
S12	110	S62	110	S112	99	S162	92
S13	90	S63	100	S113	92	S163	89
S14	47	S64	118	S114	83	S164	86
S15	96	S65	122	S115	101	S165	90
S16	93	S66	109	S116	74	S166	78
S17	72	S67	103	S117	101	S167	122
S18	92	S68	106	S118	90	S168	113
S19	88	S69	77	S119	96	S169	113
S20	33	S70	90	S120	60	S170	113
S21	86	S71	104	S121	79	S171	126
S22	71	S72	89	S122	78	S172	117
S23	98	S73	95	S123	98	S173	76
S24	82	S74	94	S124	89	S174	106
S25	94	S75	73	S125	80	S175	89
S26	54	S76	91	S126	73	S176	122
S27	87	S77	88	S127	81	S177	79
S28	102	S78	92	S128	89	S178	106
S29	87	S79	64	S129	94	S179	64
S30	81	S80	66	S130	95	S180	100
S31	54	S81	90	S131	67	S181	88
S32	133	S82	84	S132	79	S182	122
S33	105	S83	74	S133	72	S183	98
S34	62	S84	105	S134	98	S184	118
S35	59	S85	75	S135	121	S185	97
S36	73	S86	77	S136	88	S186	88

S37	115	S87	72	S137	91	S187	113
S38	71	S88	63	S138	88	S188	105
S39	68	S89	86	S139	69	S189	107
S40	71	S90	68	S140	128	S190	122
S41	78	S91	85	S141	80	S191	85
S42	109	S92	87	S142	77	S192	117
S43	77	S93	101	S143	78	S193	105
S44	91	S94	63	S144	91	S194	89
S45	81	S95	56	S145	70	S195	82
S46	92	S96	73	S146	92	S196	89
S47	56	S97	115	S147	104	S197	107
S48	85	S98	99	S148	100	S198	106
S49	99	S99	67	S149	101	S199	83
S50	91	S100	115	S150	91	S200	100

Subjek	Total Skor						
S201	114	S251	102	S301	121	S351	64
S202	97	S252	137	S302	91	S352	83
S203	96	S253	115	S303	100	S353	101
S204	102	S254	131	S304	85	S354	106
S205	62	S255	133	S305	117	S355	107
S206	120	S256	113	S306	95	S356	85
S207	102	S257	92	S307	100	S357	85
S208	92	S258	104	S308	112	S358	120
S209	108	S259	117	S309	78	S359	87
S210	126	S260	116	S310	94	S360	84
S211	97	S261	129	S311	94	S361	96
S212	124	S262	121	S312	109	S362	110
S213	104	S263	87	S313	79	S363	94
S214	124	S264	115	S314	81	S364	91
S215	78	S265	104	S315	92	S365	76
S216	109	S266	116	S316	101	S366	104
S217	128	S267	125	S317	88	S367	75
S218	105	S268	113	S318	92	S368	110
S219	97	S269	111	S319	118	S369	83
S220	96	S270	128	S320	109	S370	71
S221	133	S271	135	S321	107	S371	97
S222	99	S272	135	S322	92	S372	68

S223	107	S273	112	S323	77	S373	114
S224	126	S274	134	S324	54	S374	97
S225	93	S275	114	S325	115	S375	86
S226	101	S276	123	S326	80	S376	96
S227	85	S277	134	S327	75	S377	76
S228	107	S278	107	S328	79	S378	99
S229	131	S279	115	S329	84	S379	86
S230	66	S280	114	S330	98	S380	77
S231	128	S281	133	S331	81	S381	114
S232	98	S282	119	S332	75	S382	106
S233	82	S283	129	S333	115	S383	51
S234	87	S284	121	S334	86	S384	81
S235	129	S285	106	S335	84	S385	47
S236	117	S286	123	S336	79	S386	83
S237	112	S287	116	S337	86	S387	65
S238	102	S288	118	S338	62	S388	95
S239	118	S289	99	S339	100	S389	75
S240	76	S290	103	S340	87	S390	74
S241	129	S291	102	S341	74	S391	106
S242	101	S292	106	S342	81	S392	75
S243	67	S293	105	S343	103	S393	101
S244	113	S294	122	S344	82	S394	85
S245	73	S295	97	S345	102	S395	100
S246	132	S296	121	S346	98	S396	109
S247	121	S297	91	S347	80	S397	104
S248	113	S298	120	S348	82	S398	87
S249	99	S299	89	S349	111	S399	60
S250	99	S300	63	S350	73	S400	103

Subjek	Skor	Total Skor	Subjek
S401	59	S446	125
S402	73	S447	83
S403	92	S448	93
S404	77	S449	97
S405	96	S450	84
S406	85	S451	79
S407	109	S452	101
S408	78	S453	117
S409	95	S454	95

S410	104	S455	89
S411	103	S456	79
S412	107	S457	83
S413	101	S458	88
S414	102	S459	103
S415	69	S460	90
S416	98	S461	84
S417	83	S462	90
S418	89	S463	67
S419	86	S464	85
S420	74	S465	93
S421	92	S466	97
S422	87	S467	92
S423	76		
S424	95		
S425	72		
S426	87		
S427	72		
S428	105		
S429	80		
S430	117		
S431	91		
S432	77		
S433	120		
S434	83		
S435	96		
S436	85		
S437	83		
S438	78		
S439	81		
S440	87		
S441	68		
S442	95		
S443	83		
S444	77		
S445	96		

**Skor Skala Media Multitasking**

Subjek	TOTAL MMI	Subjek	Total MMI	Subjek	Total MMI
S1	1.289333333	S51	0.104842932	S101	0.647066667
S2	0.947142857	S52	0.432837838	S102	1.127777778
S3	0.243786408	S53	0.036804598	S103	0.118755556
S4	0.0721875	S54	0.894857143	S104	0.90893617
S5	0.466712329	S55	0.126902985	S105	1.175806452
S6	0.365066667	S56	0.119125296	S106	0.149639175
S7	0.337234043	S57	0.428513514	S107	0.762592593
S8	0.685405405	S58	1.334782609	S108	0.685535714
S9	0.805454545	S59	0.142975871	S109	0.994259259
S10	0.064141414	S60	0.516082474	S110	0.412987013
S11	0.534666667	S61	0.166875	S111	1.336
S12	0.730833333	S62	2.275555556	S112	0.326190476
S13	0.9208	S63	0.173070866	S113	0.22654321
S14	0.144151786	S64	1.009148936	S114	0.351666667
S15	0.095433526	S65	1.036944444	S115	0.213584906
S16	0.254748201	S66	1.632666667	S116	0.894
S17	0.645	S67	0.190311419	S117	1.203414634
S18	0.317772021	S68	0.168793774	S118	1.097916667
S19	0.525606061	S69	1.720714286	S119	0.927560976
S20	0.675	S70	1.892	S120	0.302873563
S21	0.654482759	S71	0.867428571	S121	0.891153846
S22	0.940454545	S72	0.180515464	S122	0.138080808
S23	1.2404	S73	0.223701299	S123	0.725686275
S24	1.006976744	S74	0.1715625	S124	0.335681818
S25	0.154518828	S75	0.156666667	S125	0.270517241
S26	0.201336898	S76	0.368	S126	0.684871795
S27	0.140906344	S77	0.518	S127	0.124161491
S28	1.06875	S78	0.786716418	S128	0.529705882
S29	1.2103125	S79	1.015090909	S129	1.376969697
S30	1.156	S80	1.086744186	S130	0.5
S31	0.79754386	S81	0.291621622	S131	0.108068182
S32	0.103909657	S82	1.317222222	S132	0.513529412
S33	0.837142857	S83	0.263442623	S133	0.207297297
S34	0.762222222	S84	0.745955056	S134	1.13
S35	0.157037037	S85	1.140222222	S135	0.619558824
S36	3.768571429	S86	0.7325	S136	0.064257426
S37	3.079166667	S87	0.487536232	S137	0.271102941

S38	0.372421875	S88	0.275063291	S138	0.233010753
S39	0.11633452	S89	0.757213115	S139	0.417222222
S40	0.218028846	S90	0.077184874	S140	0.910597015
S41	0.639795918	S91	1.411363636	S141	0.24437788
S42	0.3852	S92	0.720769231	S142	0.134711538
S43	1.480869565	S93	2.474615385	S143	0.612413793
S44	0.798214286	S94	0.126882129	S144	1.6004
S45	2.098888889	S95	0.653235294	S145	0.200846154
S46	0.100077973	S96	0.549117647	S146	1.622777778
S47	2.68	S97	0.550784314	S147	1.576111111
S48	0.726268657	S98	1.125333333	S148	1.868333333
S49	0.158873239	S99	0.186985646	S149	0.214576271
S50	0.12635468	S100	0.377763158	S150	1.386052632

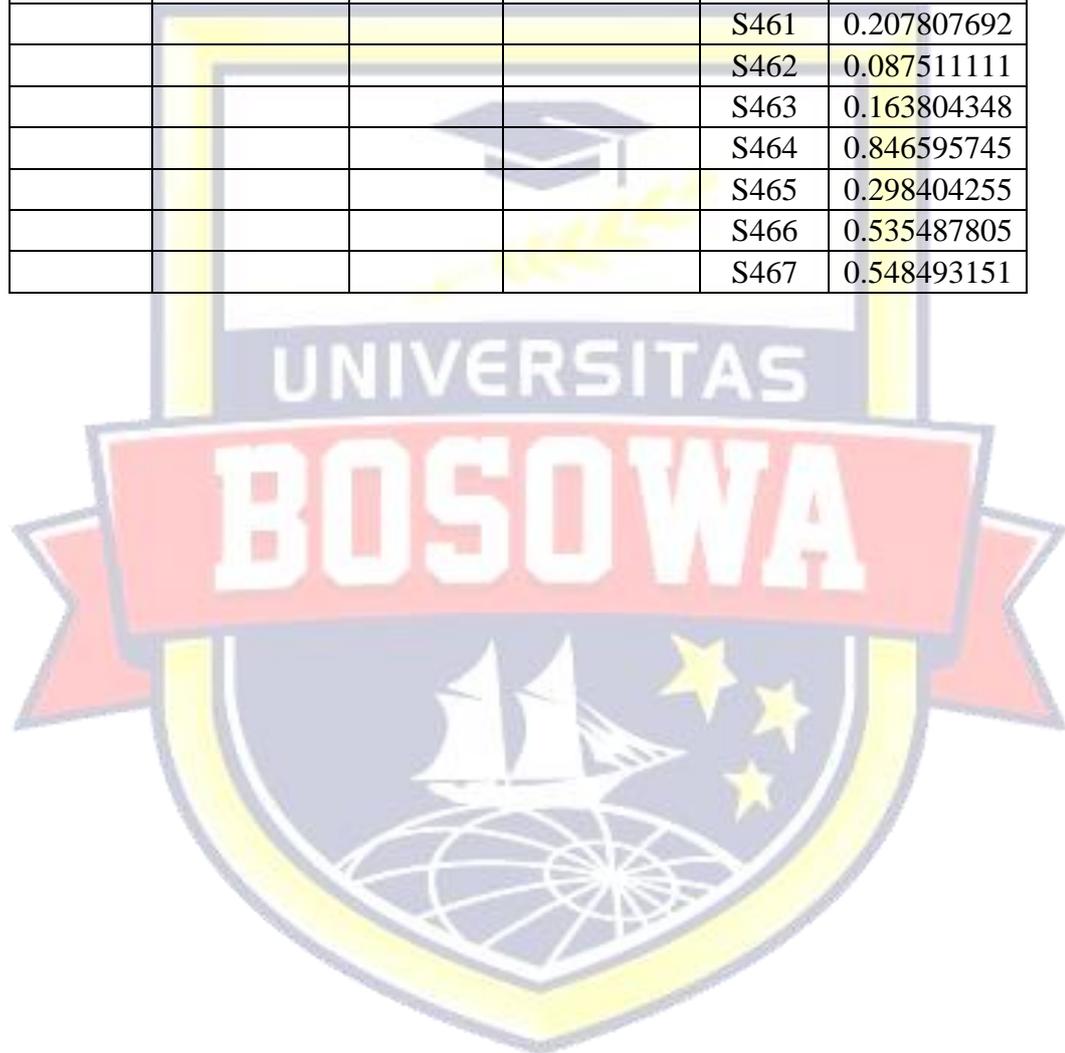
Subjek	Total MMI	Subjek	Total MMI	Subjek	Total MMI
S151	1.597142857	S201	0.664482759	S251	1.607575758
S152	1.363636364	S202	0.9875	S252	1.094642857
S153	1.917857143	S203	3.004705882	S253	1.0206
S154	0.386754967	S204	0.483894737	S254	0.750294118
S155	0.076208955	S205	3.962222222	S255	0.5575
S156	1.44	S206	0.985344828	S256	0.251603774
S157	0.178254545	S207	0.382521739	S257	0.816428571
S158	0.217462121	S208	3.438	S258	1.8825
S159	0.5568	S209	0.596111111	S259	0.383815789
S160	1.044318182	S210	0.668181818	S260	0.569090909
S161	0.112364672	S211	3.625714286	S261	1.143428571
S162	0.503111111	S212	1.114210526	S262	1.066833333
S163	0.895526316	S213	0.6728125	S263	0.72
S164	0.8575	S214	0.548490566	S264	0.274559585
S165	0.311111111	S215	1.861428571	S265	1.852413793
S166	0.675753425	S216	0.337597403	S266	0.466
S167	0.632567568	S217	0.721097561	S267	0.84
S168	1.56375	S218	0.485555556	S268	0.278510638
S169	0.174191176	S219	0.917971014	S269	0.289285714
S170	1.158157895	S220	1.306285714	S270	0.487526882
S171	1.227727273	S221	1.0305	S271	0.989310345
S172	0.54125	S222	1.836666667	S272	0.817575758
S173	0.733289474	S223	0.307168675	S273	0.558023256
S174	0.637272727	S224	0.7	S274	0.432
S175	0.087541899	S225	1.812857143	S275	0.5678

S176	1.123061224	S226	1.135675676	S276	1.565454545
S177	0.193904382	S227	1.4915625	S277	0.347
S178	0.484777778	S228	0.607303371	S278	0.404330709
S179	0.656363636	S229	0.735949367	S279	0.436810345
S180	0.13703252	S230	1.862	S280	0.643157895
S181	0.969047619	S231	0.70902439	S281	0.710571429
S182	0.624831461	S232	1.822307692	S282	0.515849057
S183	0.380571429	S233	0.471176471	S283	0.6772
S184	0.461153846	S234	1.91875	S284	0.697333333
S185	0.87902439	S235	0.768987342	S285	0.1933829
S186	1.06	S236	0.255215311	S286	0.21027451
S187	0.53171875	S237	0.186106195	S287	0.904782609
S188	0.43739726	S238	0.5802	S288	0.251415094
S189	0.194262295	S239	0.560891089	S289	1.550434783
S190	0.579777778	S240	1.000588235	S290	0.902285714
S191	0.047990544	S241	0.715058824	S291	1.269722222
S192	0.170393701	S242	1.4496875	S292	0.563773585
S193	2.116666667	S243	3.112727273	S293	0.308148148
S194	0.534520548	S244	0.705882353	S294	1.284782609
S195	0.301136364	S245	1.936666667	S295	0.716176471
S196	0.34875	S246	0.374336283	S296	1.083396226
S197	0.172465753	S247	0.652903226	S297	0.692
S198	0.052748918	S248	0.265736041	S298	0.969038462
S199	0.131759657	S249	1.4915625	S299	0.792592593
S200	0.20206278	S250	0.436875	S300	0.458448276

Subjek	Total MMI	Subjek	Total MMI	Subjek	Total MMI
S301	0.71862069	S351	0.311956522	S401	0.492
S302	0.766176471	S352	0.119117647	S402	0.736029412
S303	0.403623188	S353	1.8515	S403	1.667037037
S304	0.672093023	S354	0.287988166	S404	1.014166667
S305	0.10504918	S355	0.548928571	S405	0.640266667
S306	0.395581395	S356	0.761940299	S406	0.624827586
S307	2.065833333	S357	0.643	S407	0.155172414
S308	1.32	S358	1.243555556	S408	0.113401361
S309	1.3255	S359	0.447159091	S409	0.334074074
S310	0.384583333	S360	2.335555556	S410	0.653877551
S311	0.364351852	S361	2.88	S411	0.234915254
S312	1.508888889	S362	0.64972973	S412	0.859298246
S313	0.743291139	S363	0.163726236	S413	0.041486486

Subjek	Total MMI	Subjek	Total MMI	Subjek	Total MMI
S314	0.1378	S364	0.835737705	S414	0.840740741
S315	0.105958904	S365	0.353283582	S415	0.32
S316	0.895263158	S366	0.768163265	S416	0.684878049
S317	0.213464052	S367	0.791481481	S417	1.192
S318	0.110656934	S368	1.334186047	S418	0.090669291
S319	0.578157895	S369	0.113722944	S419	0.194425087
S320	0.248104575	S370	0.547325581	S420	1.536923077
S321	0.200353535	S371	0.268472222	S421	0.15888412
S322	1.615	S372	0.333166667	S422	0.238658537
S323	0.609	S373	0.582063492	S423	1.655666667
S324	0.404	S374	0.086701681	S424	0.068954082
S325	0.14692	S375	0.451065574	S425	0.253448276
S326	0.661594203	S376	0.841311475	S426	0.293374233
S327	0.857027027	S377	0.500238095	S427	0.320962567
S328	0.256875	S378	1.604444444	S428	0.874210526
S329	0.056231884	S379	0.427735849	S429	0.052015504
S330	0.118249027	S380	1.277037037	S430	0.499615385
S331	0.937647059	S381	0.150725806	S431	0.8206
S332	0.637272727	S382	0.182207792	S432	0.194333333
S333	0.491086957	S383	0.697272727	S433	1.086451613
S334	0.134502618	S384	0.209343066	S434	0.165230769
S335	0.353358779	S385	0.043690476	S435	0.161158301
S336	0.114776119	S386	0.187218935	S436	1.581470588
S337	1.779583333	S387	0.100527183	S437	0.433103448
S338	0.423174603	S388	0.60223301	S438	0.170840336
S339	0.073643411	S389	0.509736842	S439	0.553513514
S340	0.476860465	S390	0.111207349	S440	0.136385542
S341	1.324193548	S391	0.080688172	S441	1.290333333
S342	1.130526316	S392	0.854791667	S442	0.732459016
S343	1.2005	S393	0.2468	S443	0.22848249
S344	0.741126761	S394	0.178267717	S444	1.1855
S345	0.343291139	S395	1.367894737	S445	1.209056604
S346	0.436346154	S396	1.283030303	S446	0.412783505
S347	0.85030303	S397	0.146077739	S447	0.406233766
S348	0.2604	S398	0.740357143	S448	0.9178
S349	0.673921569	S399	0.057407407	S449	1.071320755
S350	0.837209302	S400	0.951904762	S450	0.892580645
				S451	0.124916201
				S452	0.482164948
				S453	1.230625

Subjek	Total MMI	Subjek	Total MMI	Subjek	Total MMI
				S454	0.133104839
				S455	0.185555556
				S456	0.020175879
				S457	0.225284091
				S458	0.155247525
				S459	0.1168
				S460	1.705
				S461	0.207807692
				S462	0.087511111
				S463	0.163804348
				S464	0.846595745
				S465	0.298404255
				S466	0.535487805
				S467	0.548493151



**Skor Skala Self Control**

Subjek	Total Skor						
S1	59	S51	62	S101	59	S151	63
S2	73	S52	51	S102	65	S152	73
S3	72	S53	70	S103	71	S153	56
S4	82	S54	70	S104	58	S154	77
S5	72	S55	49	S105	67	S155	67
S6	69	S56	59	S106	62	S156	60
S7	57	S57	60	S107	73	S157	49
S8	75	S58	60	S108	72	S158	72
S9	46	S59	60	S109	67	S159	69
S10	66	S60	56	S110	72	S160	60
S11	75	S61	69	S111	49	S161	66
S12	64	S62	83	S112	70	S162	71
S13	79	S63	82	S113	61	S163	67
S14	52	S64	52	S114	76	S164	69
S15	59	S65	57	S115	58	S165	64
S16	70	S66	70	S116	65	S166	74
S17	54	S67	57	S117	69	S167	66
S18	59	S68	60	S118	67	S168	74
S19	58	S69	72	S119	63	S169	49
S20	52	S70	63	S120	62	S170	67
S21	66	S71	74	S121	62	S171	43
S22	62	S72	64	S122	62	S172	62
S23	49	S73	75	S123	83	S173	74
S24	67	S74	60	S124	69	S174	54
S25	61	S75	65	S125	69	S175	62
S26	48	S76	56	S126	65	S176	73
S27	72	S77	71	S127	80	S177	69
S28	58	S78	65	S128	68	S178	65
S29	71	S79	62	S129	59	S179	67
S30	68	S80	54	S130	65	S180	65
S31	69	S81	62	S131	68	S181	65
S32	61	S82	76	S132	47	S182	69
S33	72	S83	63	S133	62	S183	67
S34	63	S84	65	S134	53	S184	56
S35	41	S85	74	S135	45	S185	57
S36	64	S86	63	S136	59	S186	66
S37	64	S87	67	S137	53	S187	53

S38	62	S88	66	S138	64	S188	55
S39	57	S89	69	S139	72	S189	61
S40	55	S90	62	S140	51	S190	69
S41	68	S91	71	S141	57	S191	78
S42	65	S92	59	S142	59	S192	74
S43	59	S93	46	S143	57	S193	72
S44	63	S94	62	S144	79	S194	71
S45	64	S95	88	S145	81	S195	63
S46	59	S96	76	S146	60	S196	49
S47	74	S97	55	S147	66	S197	61
S48	60	S98	63	S148	61	S198	47
S49	67	S99	72	S149	70	S199	70
S50	59	S100	67	S150	51	S200	68

Subjek	Total Skor						
S201	54	S251	84	S301	71	S351	70
S202	88	S252	90	S302	69	S352	64
S203	73	S253	56	S303	65	S353	69
S204	71	S254	62	S304	62	S354	72
S205	72	S255	52	S305	71	S355	62
S206	55	S256	78	S306	69	S356	80
S207	49	S257	63	S307	89	S357	59
S208	73	S258	85	S308	59	S358	78
S209	61	S259	66	S309	64	S359	79
S210	56	S260	51	S310	55	S360	78
S211	74	S261	88	S311	58	S361	67
S212	90	S262	51	S312	56	S362	66
S213	82	S263	54	S313	64	S363	63
S214	57	S264	75	S314	58	S364	68
S215	65	S265	83	S315	68	S365	70
S216	67	S266	58	S316	71	S366	74
S217	54	S267	93	S317	53	S367	58
S218	60	S268	78	S318	46	S368	64
S219	45	S269	66	S319	53	S369	80
S220	83	S270	56	S320	65	S370	55
S221	86	S271	58	S321	57	S371	55
S222	70	S272	85	S322	70	S372	56
S223	73	S273	52	S323	66	S373	82
S224	49	S274	90	S324	54	S374	64

S225	68	S275	65	S325	59	S375	63
S226	84	S276	54	S326	54	S376	60
S227	60	S277	84	S327	59	S377	68
S228	56	S278	51	S328	64	S378	77
S229	56	S279	58	S329	72	S379	54
S230	63	S280	57	S330	70	S380	69
S231	53	S281	86	S331	75	S381	64
S232	81	S282	72	S332	60	S382	60
S233	62	S283	88	S333	64	S383	63
S234	64	S284	56	S334	55	S384	64
S235	56	S285	81	S335	69	S385	68
S236	67	S286	74	S336	67	S386	68
S237	68	S287	66	S337	74	S387	86
S238	64	S288	73	S338	65	S388	72
S239	66	S289	62	S339	57	S389	59
S240	60	S290	59	S340	64	S390	68
S241	57	S291	68	S341	51	S391	60
S242	85	S292	63	S342	62	S392	62
S243	65	S293	64	S343	60	S393	74
S244	53	S294	60	S344	63	S394	62
S245	57	S295	73	S345	67	S395	57
S246	48	S296	64	S346	77	S396	59
S247	51	S297	68	S347	68	S397	53
S248	67	S298	71	S348	68	S398	74
S249	81	S299	69	S349	60	S399	58
S250	58	S300	73	S350	66	S400	63

Subjek	Total Skor	Subjek	Total Skor
S401	73	S451	52
S402	68	S452	72
S403	63	S453	73
S404	62	S454	70
S405	57	S455	66
S406	55	S456	74
S407	65	S457	64
S408	58	S458	65
S409	63	S459	62
S410	60	S460	62
S411	65	S461	53

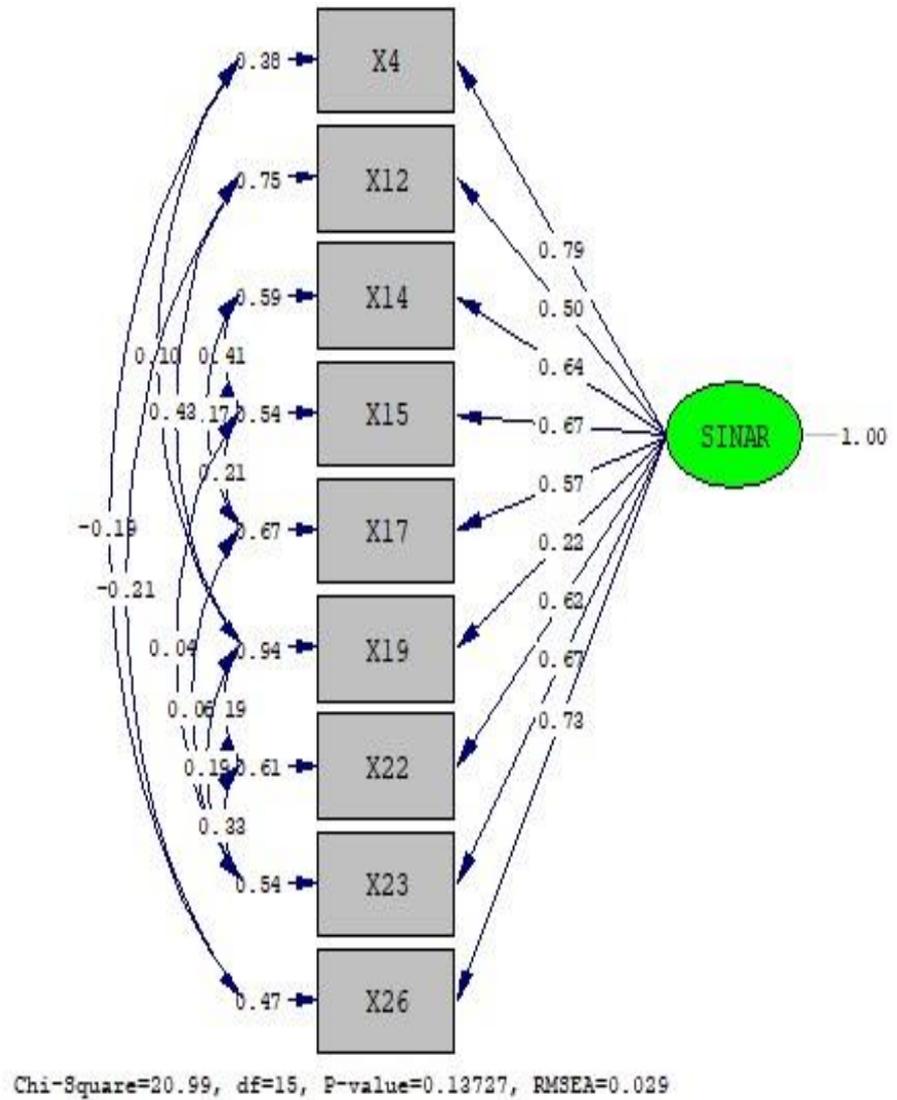
<b>Subjek</b>	<b>Total Skor</b>	<b>Subjek</b>	<b>Total Skor</b>
S412	69	S462	67
S413	66	S463	69
S414	55	S464	72
S415	64	S465	59
S416	68	S466	61
S417	68	S467	61
S418	66		
S419	55		
S420	53		
S421	51		
S422	66		
S423	68		
S424	75		
S425	77		
S426	71		
S427	64		
S428	76		
S429	64		
S430	54		
S431	68		
S432	69		
S433	58		
S434	66		
S435	78		
S436	73		
S437	48		
S438	62		
S439	61		
S440	66		
S441	78		
S442	59		
S443	58		
S444	52		
S445	65		
S446	64		
S447	73		
S448	80		
S449	61		
S450	59		



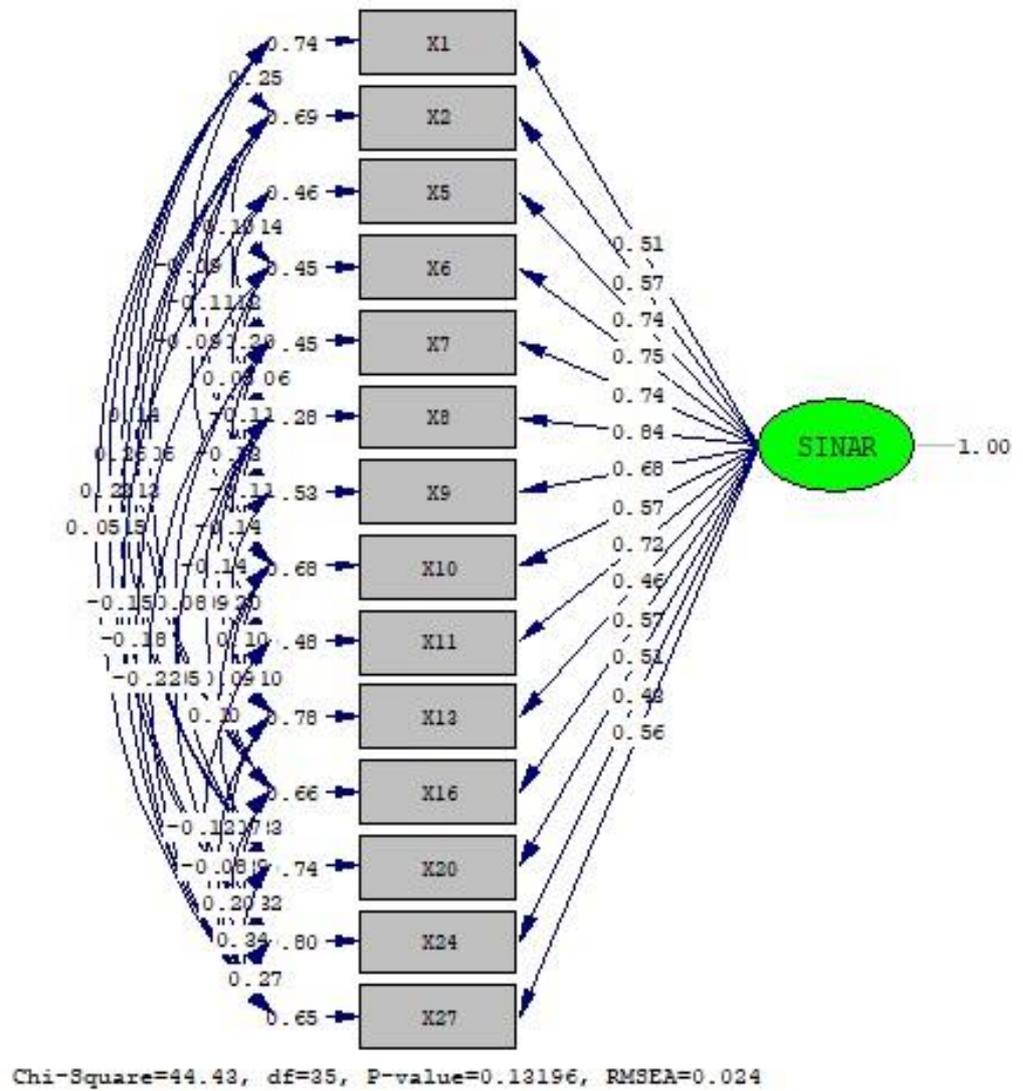
**LAMPIRAN 3**  
**HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS**

### Uji Validitas *Celebrity Worship*

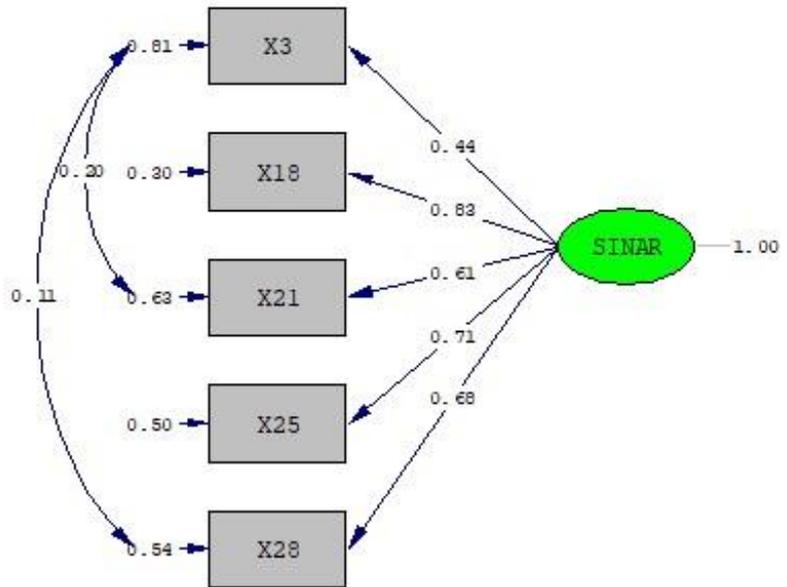
#### a. Aspek 1



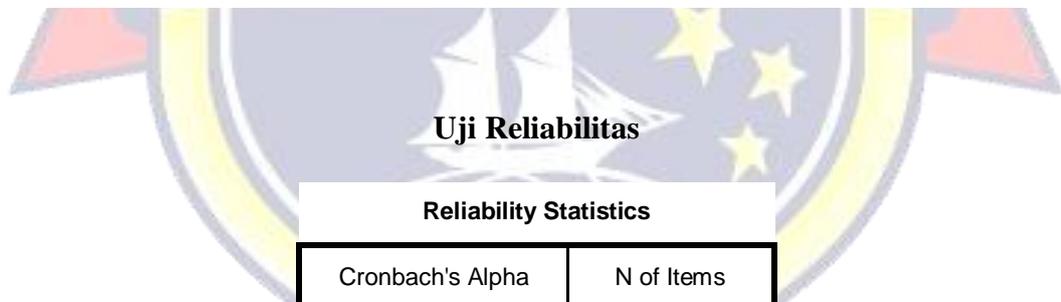
b. Aspek 2



c. Aspek 3



Chi-Square=0.90, df=3, P-value=0.82646, RMSEA=0.000



**Uji Reliabilitas**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	28





**LAMPIRAN 4**  
**HASIL ANALISIS BERDASARKAN DEMOGRAFI**

**Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	55	11.8	11.8	11.8
Valid Perempuan	412	88.2	88.2	100.0
Total	467	100.0	100.0	

**Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
18 Tahun	53	11.3	11.3	11.3
19-21 Tahun	207	44.3	44.3	55.7
Valid 22-24 Tahun	151	32.3	32.3	88.0
25 Tahun	56	12.0	12.0	100.0
Total	467	100.0	100.0	

**Pendidikan Terakhir**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SD	1	.2	.2	.2
SMP	5	1.1	1.1	1.3
SMA	292	62.5	62.5	63.8
Valid D3	36	7.7	7.7	71.5
S1	131	28.1	28.1	99.6
S2	2	.4	.4	100.0
Total	467	100.0	100.0	

**Profesi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Mahasiswa(i)	269	57.6	57.6	57.6
Pekerja	163	34.9	34.9	92.5
Lainnya	35	7.5	7.5	100.0
Total	467	100.0	100.0	

**Fandom**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid BTS	78	16.7	16.7	16.7
EXO	149	31.9	31.9	48.6
Blackpink	58	12.4	12.4	61.0
NCT	71	15.2	15.2	76.2
Lainnya	111	23.8	23.8	100.0
Total	467	100.0	100.0	

**Lama Menjadi K-popers**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <1 Tahun	18	3.9	3.9	3.9
1-3 Tahun	124	26.6	26.6	30.4
4-6 Tahun	162	34.7	34.7	65.1
7-9 Tahun	101	21.6	21.6	86.7
>10 Tahun	62	13.3	13.3	100.0
Total	467	100.0	100.0	



**LAMPIRAN 5**  
**KATEGORISASI VARIABEL BERDASARKAN TINGKAT SKOR**

**Kategorisasi CW**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Rendah	27	5.8	5.8	5.8
Rendah	137	29.3	29.3	35.1
Sedang	164	35.1	35.1	70.2
Tinggi	103	22.1	22.1	92.3
Sangat Tinggi	36	7.7	7.7	100.0
Total	467	100.0	100.0	

**Kategorisasi MM**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	172	36.8	36.8	36.8
Sedang	189	40.5	40.5	77.3
Tinggi	73	15.6	15.6	92.9
Sangat Tinggi	33	7.1	7.1	100.0
Total	467	100.0	100.0	

**Kategorisasi CS**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Rendah	153	32.8	32.8	32.8
Sedang	185	39.6	39.6	72.4
Tinggi	92	19.7	19.7	92.1
Sangat Tinggi	37	7.9	7.9	100.0
Total	467	100.0	100.0	



**LAMPIRAN 6**  
**KATEGORISASI VARIABEL BERDASARKAN DEMOGRAFI**

**Jenis Kelamin \* Kategorisasi *Celebrity Worship* Crosstabulation**

Count

		Kategorisasi CW					Total
		Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Jenis Kelamin	Laki-laki	6	16	15	13	5	55
	Perempuan	21	121	149	90	31	412
Total		27	137	164	103	36	467

**Usia \* Kategorisasi *Celebrity Worship* Crosstabulation**

Count

		Kategorisasi CW					Total
		Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Usia	18 Tahun	2	12	22	9	8	53
	19-21 Tahun	14	64	65	51	13	207
	22-24 Tahun	8	42	53	35	13	151
	25 Tahun	3	19	24	8	2	56
Total		27	137	164	103	36	467

**Pendidikan Terakhir \* Kategorisasi *Celebrity Worship* Crosstabulation**

Count

		Kategorisasi CW					Total
		Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Pendidikan Terakhir	SD	1	0	0	0	0	1
	SMP	0	1	3	0	1	5
	SMA	16	88	100	65	23	292
	D3	1	10	12	9	4	36
	S1	9	37	48	29	8	131
	S2	0	1	1	0	0	2
Total		27	137	164	103	36	467

**Profesi \* Kategorisasi Celebrity Worship Crosstabulation**

Count

	Kategorisasi CW					Total
	Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Mahasiswa(i)	19	88	88	60	14	269
Profesi Pekerja	6	39	62	36	20	163
Lainnya	2	10	14	7	2	35
Total	27	137	164	103	36	467

**Fandom \* Kategorisasi Celebrity Worship Crosstabulation**

Count

	Kategorisasi CW					Total
	Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
BTS	7	20	26	19	6	78
EXO	4	37	55	41	12	149
Group_Dari Blackpink	5	12	21	11	9	58
NCT	3	23	22	16	7	71
Lainnya	8	45	40	16	2	111
Total	27	137	164	103	36	467

**Lama Menjadi K-popers \* Kategorisasi CW Crosstabulation**

Count

	Kategorisasi CW					Total
	Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
<1 Tahun	5	3	5	2	3	18
1-3 Tahun	5	26	42	37	14	124
Lama Menjadi K-popers 4-6 Tahun	8	50	55	39	10	162
7-9 Tahun	6	33	39	17	6	101
>10 Tahun	3	25	23	8	3	62
Total	27	137	164	103	36	467

**Jenis Kelamin \* Kategorisasi Media Multitasking Crosstabulation**

Count

		Kategorisasi MM				Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Jenis Kelamin	Laki-laki	15	24	10	6	55
	Perempuan	157	165	63	27	412
Total		172	189	73	33	467

**Usia \* Kategorisasi Media Multitasking Crosstabulation**

Count

		Kategorisasi MM				Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Usia	18 Tahun	16	22	12	3	53
	19-21 Tahun	72	90	31	14	207
	22-24 Tahun	61	61	21	8	151
	25 Tahun	23	16	9	8	56
Total		172	189	73	33	467

**Pendidikan Terakhir \* Kategorisasi Media Multitasking Crosstabulation**

Count

		Kategorisasi MM				Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Pendidikan Terakhir	SD	1	0	0	0	1
	SMP	1	2	0	2	5
	SMA	102	121	50	19	292
	D3	11	13	4	8	36
	S1	56	53	19	3	131
	S2	1	0	0	1	2
Total		172	189	73	33	467

**Fandom\* Kategorisasi Media Multitasking Crosstabulation**

Count

		Kategorisasi MM				Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Group_Dari	BTS	25	30	17	6	78
	EXO	61	52	27	9	149
	Blackpink	14	28	6	10	58
	NCT	27	30	10	4	71
	Lainnya	45	49	13	4	111
Total		172	189	73	33	467

**Lama Menjadi K-popers \* Kategorisasi Media Multitasking Crosstabulation**

Count

		Kategorisasi MM				Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Lama Menjadi K-popers	<1 Tahun	5	6	2	5	18
	1-3 Tahun	44	53	15	12	124
	4-6 Tahun	62	61	31	8	162
	7-9 Tahun	40	40	17	4	101
	>10 Tahun	21	29	8	4	62
Total		172	189	73	33	467

**Jenis Kelamin \* Kategorisasi Self Control Crosstabulation**

Count

		Kategorisasi CS				Total
		Sangat Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Jenis Kelamin	Laki-laki	25	15	11	4	55
	Perempuan	128	170	81	33	412
Total		153	185	92	37	467

**Usia \* Kategorisasi Self Control Crosstabulation**

Count

	Kategorisasi CS				Total
	Sangat Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
18 Tahun	25	17	9	2	53
19-21 Tahun	70	83	42	12	207
22-24 Tahun	44	58	31	18	151
25 Tahun	14	27	10	5	56
Total	153	185	92	37	467

**Pendidikan Terakhir \* Kategorisasi Self Control Crosstabulation**

Count

	Kategorisasi CS				Total
	Sangat Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
SD	0	1	0	0	1
SMP	1	4	0	0	5
SMA	103	104	60	25	292
D3	8	15	8	5	36
S1	41	60	24	6	131
S2	0	1	0	1	2
Total	153	185	92	37	467

**Profesi \* Kategorisasi Self control Crosstabulation**

Count

	Kategorisasi CS				Total
	Sangat Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Mahasiswa(i)	95	104	57	13	269
Pekerja	47	63	30	23	163
Lainnya	11	18	5	1	35
Total	153	185	92	37	467

**Fandom \* Kategorisasi Self control Crosstabulation**

Count

		Kategorisasi CS				Total
		Sangat Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Group_Dari	BTS	26	29	18	5	78
	EXO	39	64	34	12	149
	Blackpink	20	20	9	9	58
	NCT	20	32	15	4	71
	Lainnya	48	40	16	7	111
Total		153	185	92	37	467

**Lama Menjadi K-popers \* Kategorisasi Self Control Crosstabulation**

Count

		Kategorisasi CS				Total
		Sangat Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Lama Menjadi K-popers	<1 Tahun	9	6	3	0	18
	1-3 Tahun	43	42	26	13	124
	4-6 Tahun	56	67	27	12	162
	7-9 Tahun	29	47	19	6	101
	>10 Tahun	16	23	17	6	62
Total		153	185	92	37	467



**LAMPIRAN 7**  
**HASIL UJI ASUMSI**

## Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		467
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	18.45583692
	Absolute	.030
Most Extreme Differences	Positive	.030
	Negative	-.030
Kolmogorov-Smirnov Z		.640
Asymp. Sig. (2-tailed)		.807

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Uji Linearitas

### ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Celebrity Worship * Media Multitasking	(Combined)	158223.51	464	340.999	1.179	.571
	Between Groups	3				
	Linearity	30.408	1	30.408	.105	.777
	Deviation from Linearity	158193.10	463	341.670	1.181	.570
	Within Groups	5				
	Within Groups	578.500	2	289.250		
	Total	158802.01	466			
		3				

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Celebrity Worship * Self Control	Between Groups	(Combined)	26907.735	46	584.951	1.863	.001
		Linearity	52.801	1	52.801	.168	.682
		Deviation from Linearity	26854.934	45	596.776	1.900	.001
	Within Groups	131894.278	420	314.034			
	Total	158802.013	466				

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Media Multitasking * Self Control	Between Groups	(Combined)	19.813	46	.431	1.155	.234
		Linearity	2.965	1	2.965	7.953	.005
		Deviation from Linearity	16.847	45	.374	1.004	.469
	Within Groups	156.595	420	.373			
	Total	176.407	466				



**LAMPIRAN 8**  
**HASIL UJI HIPOTESIS**

### Uji Hipotesis

#### Correlations

		Celebrity Worship	Media Multitasking
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1.000	.083
	Celebrity Worship		
	Sig. (2-tailed)	.	.074
	N	467	467
	Correlation Coefficient	.083	1.000
	Media Multitasking		
	Sig. (2-tailed)	.074	.
	N	467	467

#### Correlations

		Celebrity Worship	Self Control
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1.000	-.037
	Celebrity Worship		
	Sig. (2-tailed)	.	.420
	N	467	467
	Correlation Coefficient	-.037	1.000
	Self Control		
	Sig. (2-tailed)	.420	.
	N	467	467

#### Correlations

		Media Multitasking	Self Control
Media Multitasking	Pearson Correlation	1	.130**
	Sig. (2-tailed)		.005
	N	467	467
Self Control	Pearson Correlation	.130**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	
	N	467	467

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).