

**HUBUNGAN ANTARA PEMUJAAAN SELEBRITI DAN  
KETAKUTAN TERHADAP KETERTINGGALAN INFORMASI  
DENGAN ADIKSI MEDIA SOSIAL PADA REMAJA  
PENGGEAR K-POP**

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus  
Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Psikologi



Oleh :

**LILIK ROSYIDAH**

2018 60 052

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
KUDUS  
2023**

**HUBUNGAN ANTARA PEMUJAAAN SELEBRITI DAN  
KETAKUTAN TERHADAP KETERTINGGALAN INFORMASI  
DENGAN ADIKSI MEDIA SOSIAL PADA REMAJA  
PENGGEJAR K-POP**

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus  
Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Psikologi



Oleh :

**LILIK ROSYIDAH**

**2018 60 052**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
KUDUS  
2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus dan Diterima Untuk Memenuhi  
Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi.

Pada tanggal: 8 Maret 2023

Mengesahkan Fakultas Psikologi

Universitas Muria Kudus



Iranita Hervi Mahardayani, S.Psi., M.Psi


Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Latifah Nur Ahyani, S.Psi., M.A



2. Arcivid Chorynia Ruby, S.Psi., M.Psi



3. Dr. Dhini Rama Dhanian, S.Psi., M.Si



## HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN ANTARA PEMUJaan SELEBRITI DAN KETAKUTAN  
TERHADAP KETERTINGGALAN INFORMASI DENGAN ADIKSI  
MEDIA SOSIAL PADA REMAJA PENGEMAR K-POP**

Diajukan oleh:

**LILIK ROSYIDAH**

**NIM. 2018.60.052**

Telah disetujui untuk dipertahankan di depan Dewan Penguji

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Latifah Nur Ahyani, S.Psi., M.A

Tanggal 8 Maret 2023

## **PERSEMBAHAN**

Untuk diriku sendiri dimasa depan.



## MOTO

“Kurangi mengeluh, bahkan ke diri sendiri”

(Marcus Aurelius)



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul **“Hubungan antara Pemujaan Selebriti dan Ketakutan terhadap Ketertinggalan Informasi dengan Adiksi Media Sosial pada Remaja Penggemar K-Pop”** guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh derajat Sarjana Psikologi.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, peneliti menyadari penelitian ini tidak luput dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Saya selaku peneliti mengutarakan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Iranita Hervi Mahardayani, S.Psi, M.Psi, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Latifah Nur Ahyani, S.Psi, M.A. selaku pembimbing utama yang telah meluangkan waktu dalam membantu penelitian ini dengan memberikan bimbingan, bantuan, saran, arahan, motivasi, semangat bagi penulis.
3. Dosen, Tenaga Penunjang Akademik dan Staf TU Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan ilmu, teladan yang baik, dan motivasi kepada peneliti.
4. Bapak Dr. Trubus Raharjo, S.Psi., M.Si., Psikolog, dan Bapak Muji Syukur, S.Psi, yang telah membantu peneliti dalam melakukan pengelolaan data beserta berkas-berkas penunjang Skripsi lainnya.

5. Seluruh teman-teman Psikologi angkatan 2018, khususnya seluruh teman Psikologi kelas A angkatan 2018.
6. Bapak, Ibu dan Kakak yang selalu memberikan doa dan dukungan bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Mbak Mun, yang telah menampung peneliti di kos dan menemani peneliti ketika mengurus penelitian ini, tak lupa Mbak Mell yang ikut riwa-riwi.
8. Warga COSINUS yang memberikan semangat dan dukungan dalam mengerjakan Skripsi.





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Tujuan Penelitian.....	11
C. Manfaat Penelitian.....	11
1. Manfaat Teoritis.....	11
2. Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Adiksi Media Sosial .....	13
1. Pengertian Adiksi Media Sosial.....	13
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adiksi Media Sosial .....	15
3. Aspek-Aspek Adiksi Media Sosial .....	19
B. Pemujaan Selebriti.....	23
1. Pengertian Pemujaan Selebriti .....	23
2. Aspek-Aspek Pemujaan Selebriti .....	24
C. Ketakutan terhadap Keteringgalan Informasi.....	27
1. Pengertian Ketakutan terhadap Keteringgalan Informasi.....	27

2. Aspek-Aspek Ketakutan terhadap Keteringgalan Informasi	29
D. Hubungan antara Pemujaan Selebriti dan Ketakutan terhadap Keteringgalan Informasi dengan Adiksi Media Sosial	31
E. Hipotesis	35
1. Hipotesis Mayor	35
2. Hipotesisi Minor	35

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Identifikasi Variabel	37
B. Definisi Operasional Variabel	38
1. Adiksi Media Sosial	38
2. Pemujaan Selebriti	38
3. Ketakutan terhadap Keteringgalan Informasi	39
C. Populasi dan Sampel Penelitian	40
1. Populasi	40
2. Teknik Pengambilan Sampel	40
D. Metode Pengumpulan Data	41
1. Skala <i>Try Out</i> Adiksi Media Sosial	42
2. Skala <i>Try Out</i> Pemujaan Selebriti	43
3. Skala <i>Try Out</i> Ketakutan terhadap Keteringgalan Informasi	44
E. Validitas dan Reliabilitas	44
1. Validitas	44
2. Reliabilitas	45
F. Metode Analisis Data	46

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Orientasi Kancan Penelitian	47
B. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian	47
1. Persiapan Pengumpulan Data	47
2. Pelaksanaan Penelitian	50

C.	Perhitungan Validitas dan Reliabilitas .....	51
1.	Perhitungan Validitas.....	51
2.	Perhitungan Reliabilitas .....	53
D.	Analisis Data .....	54
1.	Uji Normalitas .....	54
2.	Uji Linieritas .....	55
3.	Uji Hipotesis .....	56
E.	Pembahasan .....	58
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
A.	Simpulan.....	64
B.	Saran .....	64
1.	Bagi Remaja.....	64
2.	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	65
3.	Bagi Bidang Ilmu.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	<i>Blue Print Try Out</i> Adiksi Media Sosial.....	43
Tabel 3. 2	<i>Blue Print Try Out</i> Pemujaan Selebriti .....	43
Tabel 3. 3	<i>Blue Print Try Out</i> Ketakutan terhadap Ketertinggalan Informasi ...	44
Tabel 4. 1	<i>Blue Print</i> Adiksi Media Sosial .....	48
Tabel 4. 2	<i>Blue Print</i> Pemujaan Selebriti.....	49
Tabel 4. 3	<i>Blue Print</i> Ketakutan terhadap ketertinggalan Informasi .....	50
Tabel 4. 4	Sebaran Aitem Adiksi Media Sosial yang Valid dan Gugur .....	52
Tabel 4. 5	Sebaran Aitem Pemujaan Selebriti yang Valid dan Gugur.....	52
Tabel 4. 6	Sebaran Aitem Ketakutan terhadap Ketertinggalan Informasi yang Valid dan Gugur .....	53
Tabel 4. 7	Hasil Uji Normalitas .....	54
Tabel 4. 8	Hasil Uji Linieritas antara Pemujaan Selebriti dengan Adiksi Media Sosial .....	55
Tabel 4. 9	Hasil Uji Linieritas antara Ketakutan terhadap Ketertinggalan Informasi dengan Adiksi Media Sosial .....	55
Tabel 4. 10	Hasil Uji Regresi .....	56
Tabel 4. 11	Hasil Analisis Korelasi Pemujaan Selebriti dengan Adiksi Media Sosial.....	56
Tabel 4. 12	Hasil Analisi Korelasi Ketakutan terhadap Ketertinggalan Informasi dengan Adiksi Media Sosial .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN A – *BLUE PRINT* SKALA *TRY OUT* & SKALA *TRY OUT*

A-1 *Blue Print* Skala *Try Out* Adiksi Media Sosial

A-2 *Blue Print* Skala *Try Out* Pemujaan Selebriti

A-3 *Blue Print* Skala *Try Out* Ketakutan terhadap Ketertinggalan  
Informasi

A-4 Skala *Try Out* Adiksi Media Sosial

A-5 Skala *Try Out* Pemujaan Selebriti

A-6 Skala *Try Out* Ketakutan terhadap Ketertinggalan Informasi

### LAMPIRAN B – DATA KASAR *TRY OUT*

B-1 Data Kasar *Try Out* Adiksi Media Sosial

B-2 Data Kasar *Try Out* Pemujaan Selebriti

B-3 Data Kasar *Try Out* Ketakutan terhadap Ketertinggalan  
Informasi

### LAMPIRAN C – UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

C-1 Hasil Validitas dan Reliabilitas Adiksi Media Sosial

C-2 Hasil Validitas dan Reliabilitas Pemujaan Selebriti

C-3 Hasil Validitas dan Reliabilitas Ketakutan terhadap  
Ketertinggalan Informasi

### LAMPIRAN D – *BLUE PRINT* SKALA PENELITIAN & SKALA PENELITIAN

D-1 *Blue Print* Skala Penelitian Adiksi Media Sosial

D-2 *Blue Print* Skala Penelitian Pemujaan Selebriti

D-3 *Blue Print* Skala Penelitian Ketakutan terhadap Keteringgalan  
Informasi

D-4 Skala Penelitian Adiksi Media Sosial

D-5 Skala Penelitian Pemujaan Selebriti

D-6 Skala Penelitian Ketakutan terhadap Keteringgalan Informasi

#### LAMPIRAN E – DATA KASAR PENELITIAN

E-1 Data Kasar Penelitian Adiksi Media Sosial

E-2 Data Kasar Penelitian Pemujaan Selebriti

E-3 Data Kasar Penelitian Ketakutan terhadap Keteringgalan  
Informasi

E-4 Data Analisis Hubungan

E-5 Data Analisis Hubungan Pasca *Out Liner*

#### LAMPIRAN F – UJI ASUMSI

F-1 Uji Normalitas

F-2 Uji Linieritas

F-3 Uji Analisa Regresi

#### LAMPIRAN G – KATEGORISASI

G-1 Kategorisasi Standar Deviasi Adiksi Media Sosial

G-2 Kategorisasi Standar Deviasi Pemujaan Selebriti

G-3 Kategorisasi Standar Deviasi Ketakutan terhadap  
Keteringgalan Informasi

#### LAMPIRAN H – *SCREENING* JUDUL, FORM A DAN FORM B

# HUBUNGAN ANTARA PEMUJAAAN SELEBRITI DAN KETAKUTAN TERHADAP KETERTINGGALAN INFORMASI DENGAN ADIKSI MEDIA SOSIAL PADA REMAJA PENGGEMAR K-POP

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pemujaan selebriti dan ketakutan terhadap ketertinggalan informasi dengan adiksi media sosial pada remaja penggemar K-Pop. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja penggemar K-Pop. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria usia 12-23 tahun, kisaran penggunaan media sosial 3-6 jam dalam sehari serta tergabung dalam fandom. Penelitian ini melibatkan 212 responden pada uji coba serta 188 responden. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pemujaan selebriti, skala ketakutan terhadap ketertinggalan informasi dan skala adiksi media sosial. Diperoleh hasil koefisien korelasi dari ketiga variabel tersebut sebesar 0.502 dengan  $p$  sebesar 0.000 ( $p < 0.01$ ) artinya terdapat hubungan yang sangat signifikan antara pemujaan selebriti dan ketakutan terhadap ketertinggalan informasi dengan adiksi media sosial. Hasil uji mayor penelitian ini diterima, dengan sumbangan efektif sebesar 25%. Hasil koefisien korelasi antara pemujaan selebriti dengan adiksi media sosial sebesar 0.284,  $p$  sebesar 0.000 ( $p < 0.01$ ) artinya terdapat hubungan yang sangat signifikan antara pemujaan selebriti dengan adiksi media sosial. Hasil uji mayor penelitian ini diterima, dengan sumbangan efektif sebesar 8,1% dan koefisien korelasi antara ketakutan terhadap ketertinggalan informasi dengan adiksi media sosial sebesar 0.421,  $p$  sebesar 0.000 ( $p < 0.01$ ) artinya terdapat hubungan yang sangat signifikan antara ketakutan terhadap ketertinggalan informasi dengan adiksi media sosial. Hasil uji mayor penelitian ini diterima, dengan sumbangan efektif sebesar 17,7%.

Kata Kunci: Adiksi Media Sosial, Pemujaan Selebriti, Ketakutan terhadap Ketertinggalan Informasi.



**THE RELATIONSHIP BETWEEN CELEBRITY WORSHIP AND FEAR OR MISSING OUT WITH SOCIAL MEDIA ADDICTION AMONG YOUNG FANS OF KPOP**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine empirically the relationship between celebrity worship and fear or missing out with social media addiction among young fans of K-Pop. The population in this study is teneenage K-Pop Fans. The sampling technique used was a purposive sampling technique with sample criteria age 12-23 years, access social media that is 3-6 hours/day, and join in fandom. This study research involves 212 in try out and 188 respondents. The measuring instrument used to obtain the data is the celebrity worship, Fear of Missing Out (FoMO), and social media addiction. The correlation coeffisient of the three variables is 0.502 with  $p$  of 0.000 ( $p < 0.01$ ), meaning that there is a highly significant correlation between celebrity worship and fear or missing out with social media addiction. The result of the major hypothesis of this study is accepted, with the effective contribution is 25%. The result of correlation coefficients between celebrity worship and social media addiction is 0.284,  $p$  of 0.000 ( $p < 0.01$ ), meaning that there is a highly significant correlation between celebrity worship with social media addiction. The result of the major hypothesis of this study is accepted, with the effective contribution is 8,1% and of correlation coefficients between fear of missing out (FoMO) and social media addiction is 0.421,  $p$  of 0.000 ( $p < 0.01$ ) meaning that there is a highly significant correlation between fear or missing out with social media addiction. The result of the major hypothesis of this study is accepted, with the effective contribution is 17,7%.*

*Keywords: Social Media Addiction, Celebrity Worship, Fear of Missing Out.*