



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 1321-1330

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Celebrity Worship dan Citra Tubuh pada Komunitas Penggemar *K-Pop*

Afra Refancienna Subakuh^{1✉}, Ditta Febrieta²

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: 202010515017@mhs.ubharajaya.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penampilan seringkali dijadikan standar yang dapat mengukur seberapa menarik seseorang. Fenomena *Korean Wave* dan popularitas idol *K-pop* memperkuat pandangan ini, dengan banyaknya penggemar yang merasa tertarik untuk meniru tubuh ideal yang mereka lihat pada idola mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dengan citra tubuh pada penggemar *K-Pop*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Penelitian ini melibatkan 160 penggemar *K-Pop* yang merasa insecure dengan bagian tubuhnya dengan rentang usia 18 – 25 tahun. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan keseluruhan penggemar *K-Pop*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala citra tubuh (α 0,887) dan skala *celebrity worship* (α 0,856). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan citra tubuh pada penggemar *K-Pop* dengan koefisien korelasi 0,062 dan sig 0,434 ($p > 0,05$). Penelitian ini menemukan adanya perbedaan citra tubuh berdasarkan jenis kelamin.

Kata Kunci: *Celebrity Worship, Citra Tubuh, Penggemar K-Pop*

Abstract

Appearance is often used as a standard that can measure how attractive someone is. Phenomenon *Korean Wave* and the popularity of *K-Pop* idols reinforces this view, with many fans feeling drawn to emulate the ideal bodies they see in their idols. This research aims to determine the relationship between *celebrity worship* with body image in *K-Pop* fans. This research uses quantitative research methods with a correlational research type. Participants in this research were 160 *K-Pop* fans who felt insecure about their body parts, aged 18 - 25 years. The sampling technique in this research uses *purposive sampling* with all *K-Pop* fans. The measuring instrument used in this research uses a body image scale (α 0.887) and a scale *celebrity worship* (α 0.856). The results of this study indicate that there is no relationship between *celebrity worship* with body image in *K-Pop* fans with a correlation coefficient of 0.062 and sig 0.434 ($p > 0.05$). This research found differences in body image based on gender.

Keywords: *Body Image, Celebrity Worship, K-Pop Fans*

PENDAHULUAN

Berbagai pendapat mulai bermunculan terkait penampilan yang menarik. Penampilan yang menarik perhatian orang lain dan menjadi tolak ukur kecantikan sempurna khususnya bagi wanita, meliputi tubuh ideal, langsing, wajah cantik, dan penampilan sempurna. Namun, definisi penampilan sempurna bergantung pada persepsi individu terhadap tubuhnya sendiri, yang dalam psikologi disebut Citra Tubuh (Elanda, 2019).

Menurut Cash dan Pruzinsky (2002) citra tubuh adalah tingkat kepuasan individu terhadap fisiknya, mencakup ukuran, bentuk, dan penampilan umum. Pandangan tentang citra tubuh sering dipengaruhi oleh media seperti televisi, majalah, dan internet, yang menampilkan tokoh-tokoh dengan postur tinggi, kulit putih, halus, dan proporsional. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan rekreasi dan aspek psikologis, individu cenderung mencari identifikasi dengan selebriti, menganggap mereka sebagai sarana untuk memenuhi fantasi mengenai budaya, gaya hidup, dan nilai-nilai yang ditampilkan oleh selebriti dalam kehidupan nyata mereka (Anwar, 2018).

Citra tubuh yang positif merupakan pandangan positif seseorang terhadap tubuhnya dan menerima bentuk tubuh yang dimilikinya, sementara citra tubuh yang negative merupakan pandangan negative seseorang terhadap bentuk tubuh yang dimilikinya (Bimantara et al., 2019). Biasanya, individu sering merasa bahwa tubuh mereka terlalu besar atau terlalu kecil dibandingkan dengan ukuran yang sebenarnya. Individu cenderung ingin mengubah penampilan tubuhnya dengan melakukan diet atau aktivitas fisik yang berlebihan (Ramanda et al., 2019).

Menurut Cash dan Pruzinsky (2002) salah satu faktor yang mempengaruhi citra tubuh adalah media massa, yang memiliki pengaruh kuat dengan menampilkan gambaran ideal

tentang kecantikan, bentuk, ukuran, kekuatan, dan berat tubuh, seperti yang terlihat dalam fenomena Korean Wave yang menyebarkan budaya populer Korea Selatan ke berbagai negara, termasuk Indonesia (Putri et al., 2019).

Individu yang terpicat oleh budaya Korea seringkali mendekati idola mereka dengan berbagai cara, seperti menggunakan Bahasa Korea dan meniru gaya idolanya, menunjukkan identitas sebagai penggemar K-pop (Olivia & Hapsari, 2019). Umumnya, penggemar ini tertarik pada satu atau lebih idola K-pop, yang dikenal sebagai *celebrity worship*, sebagai bentuk cinta dan kekaguman terhadap idola mereka.

Menurut Maltby et al (2005), *celebrity worship* adalah hubungan satu arah di mana individu mengembangkan obsesi terhadap idola mereka, mempengaruhi perilaku sehari-hari dan menciptakan perasaan dekat dengan idola tersebut. Dalam survei awal Penggemar *K-Pop* merasa tidak percaya diri dengan tubuhnya dan ingin memiliki tubuh yang ideal dengan melakukan diet dan olahraga seperti yang dilakukan idolanya. Selain itu, keinginan untuk memiliki tubuh ideal seperti idola juga dapat mendorong penggemar melakukan berbagai cara, bahkan sampai kehilangan nafsu makan. Fenomena ini memengaruhi citra tubuh pada para penggemar K-Pop. Paparan *celebrity worship* di media memungkinkan individu untuk mengubah citra tubuhnya menjadi seperti idolanya.

Maltby et al (2005) mengklasifikasikan *celebrity worship* dalam tiga level. Pertama, *social-entertainment* merupakan level terendah yang ditandai dengan adanya motivasi aktif penggemar dalam mencari berita, berbicara dan berbagi informasi mengenai idola dengan sesama penggemar. Contohnya, seperti yang dilakukan oleh Aida dari Aceh yang membuat tantangan tarian di akun TikTok pribadinya dengan menggunakan lagu kpop dari treasure, yang juga digunakan oleh anggota treasure sendiri (Frida, 2022).

Kedua, *intense personal feeling* yang ditandai dengan penggemar yang mengalami perasaan intensif dan kompleks terhadap segala hal yang berhubungan dengan idola, pada level ini penggemar cenderung meniru gaya penampilan dan mencoba untuk menyerupai idola mereka dalam segala hal. Lucinta Luna, seorang public figure yang melakukan operasi plastik di Korea Selatan dengan tujuan mirip dengan Lisa dari Blackpink, sebagaimana dilaporkan oleh detikhealth.com (Alam, 2022). Level kedua dari *celebrity worship* yaitu *intense personal feeling* dapat mengubah pandangan seseorang terhadap tubuhnya sendiri dan menyebabkan rasa tidak percaya diri. Ketika seseorang mulai membandingkan dirinya dengan tubuh idolanya, mereka mungkin tidak puas dengan penampilan mereka sendiri.

Ketiga, *borderline pathological tendency* yang merupakan level tertinggi dimana penggemar menunjukkan kecenderungan untuk melakukan apapun demi idolanya dengan cara yang tidak biasa. Oli London, seorang penggemar asal Inggris, menjalani 18 kali operasi

plastik untuk mendapatkan wajah mirip dengan Jimin dari BTS, seperti dilaporkan oleh liputan6.com (Asih, 2021).

Dalam hal tersebut tampak bahwa penggemar K-Pop akan cenderung mengikuti idolanya termasuk, orientasi pada bentuk tubuh. Sheridan et al (2007) menyimpulkan bahwa ketertarikan yang berlebihan terhadap selebriti dapat mempengaruhi citra tubuh seseorang, mendorong mereka untuk melakukan perubahan fisik demi mencapai standar tubuh yang dianggap ideal, seperti yang diungkapkan oleh (Aruguete et al., 2014).

Penelitian terkait citra tubuh terhadap penggemar *K-Pop* sudah banyak dilakukan namun, tidak banyak penelitian yang membahas pada *celebrity worship*. Penelitian yang dilakukan oleh Tresna et al (2021), menemukan hubungan positif signifikan antara aspek *social entertainment* dari *celebrity worship* dengan dimensi *appearance orientation* pada citra tubuh. Sebaliknya, aspek *borderline-pathological* memiliki hubungan negatif signifikan dengan dimensi *body area satisfaction*. Aspek *intense personal feeling* dari *celebrity worship* tidak berkorelasi signifikan dengan semua dimensi citra tubuh di kalangan remaja putri penggemar girl grup K-pop. Penelitian yang dilakukan oleh Utami (2019), menunjukkan hubungan rendah dan negatif signifikan antara *celebrity worship* dan citra tubuh pada remaja. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Arsy (2023), menemukan pengaruh signifikan *celebrity worship* terhadap citra tubuh pada penggemar BTS dewasa awal, dengan *celebrity worship* menyumbang 15,6% terhadap citra tubuh, sedangkan sisanya 84,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan paparan di atas tampak kaitan antara *celebrity worship* dengan citra tubuh pada penggemar kpop seringkali pada remaja namun penelitian pada dewasa awal belum banyak dilakukan. Kenyataannya, banyak dewasa awal yang juga tergabung dalam penggemar K-Pop. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan *celebrity worship* dengan citra tubuh pada penggemar *K-Pop* pada dewasa awal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang berfokus pada analisis data numerik, yang kemudian diolah dengan metode statistika (Latipah, 2014). Penelitian korelasional dilakukan untuk mengetahui hubungan antar dua variable yang akan diteliti (Periantalo, 2016). Penelitian ini melibatkan 160 penggemar *K-Pop* dengan kriteria (1) Laki-laki/Perempuan, (2) Berusia 18-25 tahun, (3) Tergabung dalam fandom, (4) Menyukai *K-Pop*, (5) Pernah merasa insecure. Teknik pengumpulan data dilakukan secara *online* menggunakan *google form*. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur *celebrity worship* ialah skala *celebrity worship* yang merupakan skala likert dan

terdiri dari 10 aitem (α 0.856). Kemudian untuk mengukur citra tubuh, menggunakan skala citra tubuh yang merupakan skala likert dan terdiri dari 20 aitem (α 0.887). Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari uji asumsi dan uji hipotesis. Uji asumsi meliputi uji normalitas yang dilakukan untuk mengetahui apakah data tersebut terdistribusi secara normal atau tidak (Periantalo, 2016), dan uji linieritas yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah kedua variabel atau lebih yang diuji memiliki hubungan yang linear atau tidak (Periantalo, 2016). Selanjutnya, uji hipotesis menggunakan teknik korelasi pearson jika data terbukti parametrik, atau menggunakan teknik Spearman jika data terbukti non parametrik. Keseluruhan teknik analisis data dilakukan menggunakan *SPSS* versi 21.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dan citra tubuh pada penggemar kpop. Berdasarkan hasil pengambilan data, penelitian ini melibatkan 160 penggemar kpop dengan mayoritas responden adalah perempuan dengan jumlah 144 (90%), dan keseluruhan usia adalah 18-24 tahun (100%). Rincian deskripsi responden penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Responden

Profil Responden	N	Presentase
Penggemar <i>K-Pop</i>	160	100%
Jenis kelamin		
Laki-laki	16	10%
Perempuan	144	90%
Usia		
18 – 25 Tahun	160	100%

Tabel 3. Gambaran Citra Tubuh

Batas Interval	Kategori	N	Presentase
$X < 40$	Rendah	67	41,9%
$40 \leq X \leq 60$	Sedang	90	56,3%
$60 \leq X$	Tinggi	3	1,9%
Σ		160	100%

Berdasarkan uji kategorisasi pada variable citra tubuh pada Tabel 4, tampak bahwa penggemar *K-Pop* yang memiliki citra tubuh yang sedang sebanyak 90 orang (56,3%), kategori rendah sebanyak 67 orang (41,9%), dan kategori tinggi sebanyak 3 orang (1,9%). Hal ini menggambarkan bahwa penggemar *K-Pop* telah memenuhi seluruh aspek citra

tubuh pada individu yang menunjukkan adanya evaluasi daya tarik, berorientasi pada penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, upaya untuk mencapai tubuh yang ideal, persepsi individu terhadap berat badan.

Tabel 4. Gambaran *Celebrity Worship*

Level	Kategori	Batas Interval	N	Persentase
1	<i>Social Entertainment</i>	10 – 20	29	18,1%
2	<i>Intense Personal Feeling</i>	21 – 30	94	58,8%
3	<i>Borderline Pathological Tendency</i>	31 – 40	37	23,1%
Σ			160	100%

Sedangkan pada variable *celebrity worship* penggemar *K-Pop* yang berada di penggemar *K-Pop* yang berada pada level 2 (*intense personal feeling*) sebanyak 94 orang (58,8%), level 3 (*borderline pathological tendency*) sebanyak 37 orang (23,1%), dan penggemar *K-Pop* yang berada pada level 1 (*social entertainment*) sebanyak 29 orang (18,1%), Hal ini menggambarkan bahwa penggemar *K-Pop* memiliki *intense personal feeling* kepada idolanya yang ditunjukkan dengan rasa empati pada idolanya dan seringkali meniru idolanya sebagai bentuk kekaguman terhadap idolanya.

Selanjutnya, uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan *celebrity worship* dengan citra tubuh pada penggemar *K-Pop*. Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa H_0 diterima, yaitu tidak ada hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dengan citra tubuh pada penggemar *K-Pop*. Pada level 1 ditemukan bahwa tidak ada hubungan antara *social entertainment* dengan citra tubuh, yang menggambarkan bahwa motivasi aktif penggemar dalam mencari dan berbagi informasi tentang idola mereka tidak akan mempengaruhi citra tubuh seseorang. Pada level 2 ditemukan tidak ada hubungan antara *intense personal feeling* dengan citra tubuh yang menggambarkan *personal feeling* yang dimiliki individu ketika menjadi penggemar tidak akan mempengaruhi citra tubuh seseorang, pada level 3 ditemukah tidak ada hubungan antara *borderline pathological tendency* dengan citra tubuh yang menggambarkan bahwa perilaku obsesif dan fantasi tak terkendali yang dilakukan oleh penggemar tidak mempengaruhi citra tubuh seseorang. Secara keseluruhan ditemukan bahwa tidak ada hubungan antara citra tubuh dengan dengan nilai r sebesar 0,434 dan $p > 0,05$ (dapat dilihat pada Tabel 3). Hal ini tidak selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tresna et al (2021) yang menyatakan terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan citra tubuh, Utami (2019) yang menyatakan adanya hubungan antara *celebrity worship* dengan citra tubuh, dan Arsy (2023) yang menyatakan adanya pengaruh *celebrity worship* terhadap citra tubuh. Hal ini bisa

terjadi karena ada faktor lain yang dapat mempengaruhi citra tubuh seperti jenis kelamin, media massa, dan hubungan interpersonal (Cash & Pruzinsky, 2002).

Tabel 5. Uji Korelasi Pearson *Celebrity worship* dengan Citra Tubuh

Celebrity Worship	Citra Tubuh		
	r	Sig	Keterangan
Level 1	0,010	0,897	Tidak Ada Hubungan
Level 2	0,121	0,127	Tidak Ada Hubungan
Level 3	0,010	0,904	Tidak Ada Hubungan

Hasil korelasi menunjukkan hubungan yang positif yang berarti semakin tinggi *celebrity worship* semakin tinggi citra tubuhnya. Artinya ketika penggemar sangat mengidolakan selebriti, mereka sering kali mengikuti gaya hidup idolanya dengan harapan mendapatkan tubuh yang ideal seperti idolanya. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tresna et al (2021) dan Arsy (2023) yang menunjukkan hubungan positif antara *celebrity worship* dengan citra tubuh.

Untuk mengetahui perbedaan profil responden pada setiap variabel yang dilakukan, maka dilakukan uji beda pada kelompok jenis kelamin. Berdasarkan hasil yang diperoleh menunjukkan signifikansi antara citra tubuh dengan jenis kelamin sebesar 0,042 ($p < 0,05$) (dapat dilihat pada Tabel 4). Yang berarti ada perbedaan citra tubuh berdasarkan jenis kelamin. Berdasarkan nilai mean laki-laki lebih tinggi dari pada perempuan dengan skor 48,00 yang berarti laki-laki lebih memperhatikan citra tubuh dibandingkan dengan perempuan.

Tabel 6. Perbedaan Citra Tubuh dan Celebrity Worship Berdasarkan Profil Responden

	N	Mean	Sig	Keterangan
Citra Tubuh				
Perempuan	144	43,24	0,042	Ada Perbedaan
Laki-laki	16	48,00		
Celebrity Worship				
Perempuan	144	26,31	0,231	Tidak Ada Perbedaan
Laki-laki	16			

Penelitian ini menemukan bahwa laki-laki memiliki citra tubuh yang lebih tinggi daripada perempuan, yang menunjukkan bahwa laki-laki saat ini menjadi lebih memperhatikan penampilan mereka. Seperti penyanyi Afgan memakai brand skincare lokal,

Anjasmara dan Rizal Armada yang melakukan perawatan di klinik kecantikan di Jakarta, dan Ivan Gunawan melakukan filler dan botox (Baskoro, 2024; Dimyati, 2024; Sulaiman & Efendi, 2024). Kini, brand kecantikan juga menggunakan laki-laki sebagai brand ambassador, seperti Garnier yang mengiklankan produk kecantikan khusus pria dan Kahf yang memposisikan diri sebagai produk perawatan kulit pria. ZAP Premier bahkan membuka klinik kecantikan khusus pria bernama MEN/O/LOGY (Qudus, 2022; Ramdhani, 2020; Saffana, 2023). Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Rengga dan Soetjningsih (2022) yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan citra tubuh antara perempuan dan laki-laki.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa mayoritas penggemar Kpop pada usia dewasa awal adalah perempuan. Berdasarkan uji kategorisasi mayoritas penggemar *K-Pop* pada penelitian ini memiliki citra tubuh yang sedang dan berada pada level 2 (*intense personal feeling*) pada *celebrity worship*. Sesuai dengan tujuan penelitian, ditemukan bahwa tidak ada hubungan antara *celebrity worship* dengan citra tubuh pada penggemar *K-Pop*, dengan kata lain hipotesis ditolak. Menariknya, pada penelitian ini ditemukan adanya perbedaan citra tubuh berdasarkan jenis kelamin namun tidak ditemukan adanya perbedaan *celebrity worship* berdasarkan jenis kelamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, S. O. (2022). *Lucinta Luna Jalani Oplas Biar Mirip Lisa BLACKPINK, Begini Prosedurnya*. detikHealth. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-6004457/lucinta-luna-jalani-oplas-biar-mirip-lisa-blackpink-begini-prosedurnya>
- Anwar, D. C. R. (2018). Mahasiswa dan K-POP. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1). <https://doi.org/10.33005/jkom.v1i1.12>
- Arsy, S. N. (2023). Pengaruh Konsep Diri dan Celebrity Worship terhadap Body Image pada Penggemar BTS. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(11), 553–563.
- Aruguete, M., Griffith, J., Edman, J., Green, T., & McCutcheon, L. (2014). Body image and celebrity worship. *Implicit Religion*, 17(2), 223–234. <https://doi.org/10.1558/imre.v17i2.223>
- Asih, R. (2021). *Kontroversi Selebgram Oli London, Oplas 18 Kali demi Mirip Jimin BTS dan Jadi Orang Korea*. Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/showbiz/read/4595006/kontroversi-selebgram-oli-london-oplas-18-kali-demi-mirip-jimin-bts-dan-jadi-orang-korea>
- Baskoro, D. (2024). *Rutinitas Skincare ala Afgan yang Bikin Kulitnya Tampak Sehat*. Era.id.

<https://era.id/beauty/154693/rutinitas-skincare-ala-afgan-yang-bikin-kulitnya-tampak-sehat>

- Bimantara, M. D., Adriani, M., & Suminar, D. R. (2019). Hubungan Citra Tubuh dengan Status Gizi pada Siswi di SMA Negeri 9 Surabaya. *Amerta Nutrition*, 3(2), 85. <https://doi.org/10.20473/amnt.v3i2.2019.85-88>
- Cash, T., & Pruzinsky, T. (2002). Understanding body images. Historical and contemporary perspectives. In *Body image: A handbook of theory, research, and ...* (pp. 3–12).
- Dimiyati, V. (2024). *Anjasmara dan Rizal Armada Beri Tips Perawatan Wajah untuk Pria di Klinik Kecantikan*. Inews.id. <https://www.inews.id/lifestyle/seleb/anjasmara-dan-rizal-armada-beri-tips-perawatan-wajah-untuk-pria-di-klinik-kecantikan>
- Elanda, Y. (2019). Representasi Mitos Kecantikan Dalam Kolom Female. *Journal of Urban Sociology*, 1(1), 46. <https://doi.org/10.30742/jus.v1i1.563>
- Frida, T. (2022). *Darari Challenge Ciptaan Aida di TikTok Dipakai Treasura di Konsernya*. VIVA.co.id. <https://www.viva.co.id/showbiz/gossip/1465641-darari-challenge-ciptaan-aida-di-tiktok-dipakai-treasure-di-konsernya>
- Latipah, E. (2014). Metode Penelitian Psikologi. In *Deepublish* (1st ed.). Deepublish. [file:///C:/Users/Administrator/Downloads/Metode Penelitian Psikologi \(PDFDrive \).pdf](file:///C:/Users/Administrator/Downloads/Metode%20Penelitian%20Psikologi%20(PDFDrive).pdf)
- 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(1), 17–32. <https://doi.org/10.1348/135910704X15257>
- Olivia, H., & Hapsari, K. N. E. (2019). Fenomena budaya korea pop pada mahasiswa universitas satya negara indonesia. *Jurnal Oratio Directa*, 2(1). <https://www.ejurnal.ubk.ac.id/index.php/oratio/article/view/88/60>
- Periantalo, J. (2016). Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi. In *Yogyakarta: Pustaka pelajar* (1st ed.). PUSTAKA PELAJAR.
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Qudus, H. (2022). *ZAP Hadirkan Klinik Maskulinitas MEN/O/LOGY di Menteng dan Pondok Indah*. Kumparan.com. <https://kumparan.com/hidayah-qudus/zap-hadirkan-klinik-maskulinitas-men-o-logy-di-menteng-dan-pondok-indah-1ybQ3TluaDA>
- Ramanda, R., Akbar, Z., & Wirasti, R. A. M. K. (2019). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Body Image Bagi Perkembangan Remaja. *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling*, 5(2), 121. <https://doi.org/10.22373/je.v5i2.5019>
- Ramdhani, G. (2020). *Kahf, Produk Perawatan Halal dan Modern untuk Pria Masa Kini*.

- Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4378590/kahf-produk-perawatan-halal-dan-modern-untuk-pria-masa-kini>
- Rengga, O. L., & Soetjningsih, C. H. (2022). Body Image Ditinjau dari Jenis Kelamin pada Masa Dewasa Awal. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, *6*(1), 1. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v6i1.4851>
- Saffana, N. (2023). *Garnier Men Luncurkan Kampanye #BeraniLebih, Gandeng 3 Pria Inspiratif*. Kumparan.com. <https://kumparan.com/kumparanwoman/garnier-men-luncurkan-kampanye-beranilebih-gandeng-3-pria-inspiratif-20ePqXxCWZK/full>
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Celebrity worship, addiction and criminality. *Psychology, Crime and Law*, *13*(6), 559–571. <https://doi.org/10.1080/10683160601160653>
- Sulaiman, M. R., & Efendi, D. A. (2024). *Ivan Gunawan Resign Dari Brownis, Simak Potret 5 Gaya Hidup Mewah Dirinya Yuk!* Suara.com. <https://www.suara.com/lifestyle/2024/01/09/181000/ivan-gunawanresign-dari-brownis-simak-potret-5-gaya-hidup-mewah-dirinya-yuk>
- Tresna, K. A. A. D., Sukamto, M. E., & Tondok, M. S. (2021). Celebrity worship and body image among young girls fans of K-pop girl groups. *HUMANITAS: Indonesian Psychological Journal*, *18*(2), 100. <https://doi.org/10.26555/humanitas.v18i2.19392>
- Utami, R. N. (2019). The Relationship Between Celebrity Worship and Body Image Adolescent Who Idolize K-Pop. *JOMSIGN: Journal of Multicultural Studies in Guidance and Counseling*, *3*(2), 137–150. <https://doi.org/10.17509/jomsign.v3i2.20963>.