

Celebrity Worship K-popers Karawang: Apakah Efek dari Neuroticism?

Celebrity Worship of Karawang K-popers: Is it an Effect of Neuroticism?

Zahra Shafa Hanifah^(1*), Lania Muharsih⁽²⁾ & Anggun Pertiwi⁽³⁾
Fakultas Psikologi, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia

Disubmit: 17 Agustus 2024; Direview: 08 Oktober 2024; Diaccept: 27 November 2024; Dipublish: 09 Desember 2024

*Corresponding author: ps20.zahrahanifah@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Celebrity worship sebagai perilaku yang dicirikan oleh obsesi terhadap selebritas yang diidolakan. *Neuroticism*, yang merupakan kecenderungan untuk mengalami emosi negatif seperti kecemasan, ketidakstabilan emosional, dan ketidakpuasan, adalah salah satu faktor psikologis yang berpotensi memengaruhi perilaku ini. Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh *neuroticism* terhadap *celebrity worship*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausalitas asosiatif dengan teknik *non-probability sampling*, *snowball sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 235 responden. Alat ukur yang digunakan adalah *Celebrity Attitude Scale* (CAS) dan *Big Five Inventory-2* (BFI-2). Uji regresi linear sederhana sebagai penganalisis data guna menilai pengaruh *neuroticism* terhadap *celebrity worship*. Analisis tersebut menghasilkan nilai signifikansi 0.000, yang tidak melampaui nilai ambang batas 0.05. Hal ini menjadi acuan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak, menunjukkan bahwa *neuroticism* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *celebrity worship*. Berdasarkan uji koefisien determinasi, diketahui bahwa *neuroticism* memberikan kontribusi sebesar 4.5% pada perilaku *celebrity worship*, sementara 95.5% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Neuroticism; Celebrity Worship; K-popers.

Abstract

Celebrity worship as a behavior characterized by an obsession with an idolized celebrity. *Neuroticism*, which is the tendency to experience negative emotions such as anxiety, emotional instability, and dissatisfaction, is one of the psychological factors that could potentially influence this behavior. This study focuses on the influence of *neuroticism* on *celebrity worship*. This research uses a quantitative approach with an associative causality method with *non-probability sampling* techniques, *snowball sampling*. The number of samples in this study were 235 respondents. The measuring instruments used are *Celebrity Attitude Scale* (CAS) and *Big Five Inventory-2* (BFI-2). Simple linear regression test as a data analyzer to assess the effect of *neuroticism* on *celebrity worship*. The analysis yielded a significance value of 0.000, which does not exceed the threshold value of 0.05. This is a reference that the alternative hypothesis (H_a) is accepted and the null hypothesis (H_0) is rejected, indicating that *neuroticism* has a significant influence on *celebrity worship* behavior. Based on the coefficient of determination test, it is known that *neuroticism* contributes 4.5% to *celebrity worship* behavior, while the other 95.5% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Neuroticism; Celebrity Worship; K-popers.

DOI: <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v5i3.463>

Rekomendasi mensitasi :

Hanifah, Z. S., Muharsih, L., & Pertiwi, A. (2024), *Celebrity Worship K-popers Karawang: Apakah Efek dari Neuroticism*. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Kesehatan (J-P3K)*, 5 (3): 710-717.

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan zaman semakin modern seiring dengan kemajuan teknologi yang pesat. Kemajuan ini juga ditandai dengan perkembangan media sosial yang memungkinkan orang untuk terhubung tanpa harus pergi ke negara tersebut secara fisik. Penyebaran informasi sering terkait dengan fenomena yang sedang banyak diminati oleh kalangan masyarakat dan menyebar dengan cepat melalui *platform*, dan salah satunya yaitu dari negara Korea Selatan (Riza dkk., 2023).

Wicaksono dkk. (2021) menyatakan *Hallyu atau Korean Wave* mengacu pada fenomena dimana budaya dari Korea Selatan yang meliputi film, *fashion* maupun yang sangat diminati sekarang yaitu drama yang mendapatkan popularitas yang besar hingga mendunia. Diantara yang paling terkenal di seluruh dunia yakni *Korean Pop* atau biasanya disebut menggunakan istilah *K-pop*. *K-pop* sering mengacu pada berbagai musik pada berbagai jenis genre dan seringkali digunakan dalam merujuk pada lagu, musik tarian dimana dilakukan idol Korea Selatan baik itu *girlband*, *boyband*, maupun solo. Idol biasanya tidak hanya unggul dalam keahlian seperti bermusik maupun *dance*, tetapi dan mempunyai visual yang menarik dan mempesona. Salah satunya di Indonesia, dimana jumlah penggemarnya ada di seluruh kalangan masyarakat, terutama remaja sehingga mempengaruhi mereka membentuk banyak komunitas yang luas dari berbagai *platform* media sosial yang digunakan idola kesukaannya.

Menurut Izzaty (dalam Etikasari, 2018), mengidolakan seseorang adalah hal yang biasa bagi setiap individu, terutama

pada masa remaja. Pada fase ini, emosi remaja sangat kuat, dan mudah berubah-ubah. Mereka mengalami perubahan emosional yang signifikan dipicu oleh tekanan sosial dan tuntutan untuk beradaptasi dengan situasi baru yang dihadapi. Kenaikan sensitivitas emosional sering membuat remaja menjadi mudah marah dan suka menyendiri. Namun fenomena ini juga terlihat pada masa dewasa awal.

Berdasarkan data dari IDN Times yang telah melakukan sebar kuesioner *online* dengan melibatkan 580 orang sebagai responden di seluruh Indonesia dari bulan Januari 2018 hingga bulan Januari 2019, dengan hasil sejumlah 40,7% dari usia penggemar yakni 20-25 tahun, dan di atas 25 tahun usianya sebanyak 11,9%. Adapun perolehan *survey* didapatkan jika 52,6% penggemar berusia di atas 20 tahun (IDN Times, 2019). Didukung dengan data *survey* dari Javier (2021) selama periode 2020-2021 terdapat sekitar 7,5 miliar pembicaraan tentang *k-pop* di salah satu aplikasi Twitter. Peningkatan minat terhadap *K-pop* mencapai 131% setiap tahunnya.

Penggemar *K-pop* sering merasakan kenyamanan dari hubungan dengan idola mereka, yang memicu suatu proses timbal balik dimana penggemar akan menunjukkan cinta kepada idolanya. Dampak dari hubungan ini sangat bervariasi, meliputi hal yang positif maupun bisa menjadi negatif. Salah satu dampak negatif dari pengidolaan berlebihan ialah rendahnya harga diri dan kinerja, serta kesejahteraan psikologis yang kurang baik. Namun ada juga dampak positif dari pengidolaan, seperti motivasi yang lebih tinggi untuk beraktivitas karena

mereka mengidolakan demi alasan guna mengatasi kebosanan atau sosial. Ini menjadikan mereka memiliki rasa optimis yang tinggi, dapat bergaul dengan lingkungan pertemanannya, dan merasa lebih bahagia (Ri'aeni, 2019).

Cara penggemar *K-pop* mengekspresikan cinta untuk idola mereka seringkali dianggap berlebihan dan terlalu ekstrim. Hal ini seringkali menyebabkan penggemar *K-Pop* dikategorikan sebagai obsesif, posesif, bahkan dianggap mengalami halusinasi (Zahrotustianah & Puspitasari, 2017). Pendapat ini didukung dengan pernyataan Barrang dkk. (2023), ketika penggemar yang semakin memuja, maka tingkat interaksi dengan idola yang disukainya maka akan tinggi pula. Seringkali, penggemar mengalami kecintaan dan kekaguman yang mendalam terhadap idola mereka. Dalam bidang studi budaya dan psikologi, fenomena ini disebut sebagai *celebrity worship* di mana penggemar tidak hanya mengagumi karya atau prestasi idola mereka, tetapi juga merasa terhubung secara emosional dan pribadi dengan mereka.

Kecintaan yang sangat kuat dapat memengaruhi perasaan dan perilaku penggemar dalam berbagai bagian kehidupan mereka. Penjelasan mengenai pengertian tersebut datang dari penelitian yang dilakukan oleh Maltby dkk. (dalam Hariyadi dkk., 2022), yang menjelaskan *celebrity worship* merupakan gambaran ketika seseorang sangat terobsesi dengan kehidupan selebriti. Individu yang mengalami kondisi ini cenderung terlalu terlibat dengan semua aspek kehidupan selebriti tersebut, mulai dari rutinitas sehari-hari, hubungan pribadi, hingga hasil kerja mereka. Keterlibatan yang

berlebihan ini dapat memengaruhi kehidupan sehari-hari orang yang bersangkutan, karena mereka mungkin menghabiskan banyak waktu memikirkan atau mengikuti perkembangan selebriti tersebut, yang pada akhirnya, ini dapat mengganggu rutinitas dan tugas pribadinya.

Adapun dimensi *celebrity worship* menurut Maltby dkk (dalam Frederika & Suprpto, 2015), yaitu: 1) hiburan sosial (*entertainment social*), yakni individu seringkali terdorong untuk mencari informasi terbaru tentang idola yang dikagumi. Media sosial maupun internet sebagai sumber yang penting guna mendapatkan berita terbaru tentang kehidupan pribadi idola; 2) pribadi yang intens (*intense personal feeling*), individu mengembangkan ikatan yang semakin kuat dengan selebriti yang di idolakan. Individu mulai memiliki ikatan emosional yang kuat dengan idolanya setelah merasa kagum secara bertahap dan akhirnya menjadi obsesif; 3) kecenderungan patologis (*borderline pathological*), mengacu pada tindakan yang sangat ekstrim dan obsesif, penggemar tidak hanya merasa sangat terikat secara emosional dengan idola mereka, tetapi mereka juga mulai mengalami halusinasi dan keyakinan yang tidak masuk akal tentang hubungannya dengan idola. Halusinasi ini dapat berupa keyakinan jika mereka memiliki hubungan atau komunikasi pribadi dengan idola.

Selain itu, terdapat faktor yang memengaruhi *celebrity worship* yaitu kepribadian (Brooks, 2021). Menurut Feist dkk. (2020) kepribadian di identifikasikan sebagai gambaran dari cara seseorang dalam bertindak dan berhubungan dengan

orang lain, karena setiap individu memiliki karakteristik yang khas dalam berbagai situasi, dan faset kepribadian sebagai salah satu yang memengaruhi *celebrity worship* yaitu *neuroticism*.

Neuroticism adalah salah satu aspek dari *Big Five Personality* yang memengaruhi tingkat kecemasan, kestabilan emosi, dan respon terhadap stres dalam kepribadian manusia, Menurut Soto dan John (dalam Natalya & Sin, 2024), tingkat emosi seseorang bisa berubah-ubah, dan *neuroticism* dapat meningkat ketika stres yang dialami individu menyangkut peristiwa hidup yang mengganggu aktivitas hariannya. Dimensi dalam *neuroticism* menurut Soto dan John (dalam Chrisnatalia & Ashariyati, 2024), dibagi menjadi 3, yaitu: 1) kecemasan (*anxiety*), dimana individu yang cemas cenderung mengalami rasa takut dan kekhawatiran yang berlebihan, serta kesulitan dalam mengelola stres dengan baik; 2) depresi (*depression*), individu yang mengalami depresi cenderung tidak mampu mempertahankan pikiran positif dan lebih sering merasakan kesedihan dan depresi; 3) kestabilan emosi (*emotional volatility*), dimana individu dengan ketidakstabilan emosi akan menunjukkan perubahan suasana hati yang cepat, dan memiliki tempramen yang buruk.

Hasil penelitian Meilisa dan Yanuvianti (2016) menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel kepribadian dengan *celebrity worship*. Sedangkan, pada penelitian dari Efathania dan Aisyah (2019) menyatakan bahwa *neuroticism* memiliki pengaruh terhadap *celebrity worship*. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Inferlambnag dkk. (2023) yang menyatakan bahwa *neuroticism*

dengan *celebrity worship* memiliki pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan permasalahan yang ditemui, adapun tujuan dilakukannya penelitian guna mengetahui pengaruh *neuroticism* terhadap *celebrity worship* pada *K-popers* di Karawang. Perolehan hasil sebelumnya memiliki hasil yang menyatakan adanya pengaruh dan tidak pengaruh pada variabel *neuroticism* terhadap variabel *celebrity worship*. Adapun dugaan permasalahan sementara yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan jika terdapat pengaruh *neuroticism* terhadap *celebrity worship* pada *K-popers* di Karawang. Dengan demikian, apabila H_0 diterima maka penelitian ini tidak terdapat pengaruh *neuroticism* terhadap *celebrity worship* pada *K-popers* di Karawang. sedangkan apabila H_a diterima maka terdapat pengaruh *neuroticism* terhadap *celebrity worship* pada *K-popers* di Karawang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausalitas asosiatif. Populasi dan sampel yang digunakan ialah penggemar *K-popers* di Karawang dengan rentang usia 18-30 tahun, dengan jumlah sampel yang dibutuhkan 204 orang dengan menggunakan rumus Jacob Cohen. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*, yaitu teknik *snowball sampling*.

Pengumpulan data melibatkan penggunaan skala *neuroticism* yang diadopsi dari *Big Five Inventory-2* (BFI-2) yang dikembangkan Soto dan John (2016) dalam kajiannya, skala tersebut terbagi menjadi 3 dimensi yaitu; 1) kecemasan

(*anxiety*); 2) depresi (*depression*); 3) kestabilan emosi (*emotional volatility*). Contoh aitem yang digunakan untuk mengukur *neuroticism* yaitu "saya sering merasa cemas". Skala *neuroticism* terdiri dari 12 aitem pernyataan yang disusun berdasarkan lima alternatif jawaban, yaitu: 1) "Sangat Tidak Setuju" (STS); 2) "Tidak Setuju" (TS); 3) "Cukup Setuju" (CS); 4) "Setuju" (S); dan 5) "Sangat Setuju" (SS).

Skala *celebrity worship* yang digunakan yaitu diadopsi dari *Celebrity Attitude Scale* yang dikembangkan Maltby dkk. (2005), skala tersebut terbagi menjadi 3 dimensi yaitu: 1) hiburan sosial (*entertainment social*); 2) pribadi yang intens (*intense personal feeling*); 3) kecenderungan patologis (*bonderline pathological*). Contoh aitem yang digunakan untuk mengukur *celebrity worship* yaitu "saya menganggap selebriti favorit saya sebagai belahan jiwa saya". Skala *celebrity worship* terdiri dari 22 aitem pernyataan yang disusun berdasarkan lima alternatif jawaban, yaitu: 1) "Sangat Tidak Setuju" (STS); 2) "Tidak Setuju" (TS); 3) "Cukup Setuju" "Setuju" (S); dan 5) "Sangat Setuju" (SS).

Tahap awal yang dilakukan setelah data terkumpul adalah menguji susunan skala penelitian terlebih dahulu. Uji analisis dilakukan terhadap setiap aitem dengan metode *Corrected item-Total Correlation*. Aitem bisa disebut valid apabila mempunyai koefisien hubungan (r_{ix}) > 0.30 (Azwar, 2021). Uji reliabilitas merujuk pada tabel *Cronbach* jika nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh dikatakan tinggi atau dapat dipercaya sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Guilford dalam mengklarifikasikan koefisien reliabilitas.

Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti menjalankan uji prasyarat. Pada uji normalitas dilakukannya dengan menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov* untuk mengevaluasi data penelitian. Data dianggap distribusi normal apabila probabilitas (P) > 0.05 (Sugiyono, 2021). Selanjutnya peneliti melakukan uji linearitas untuk menentukan signifikansi kedua variabel atau lebih memiliki hubungan yang linear (Sugiyono, 2021). Kriteria dalam pengambilan keputusan pada uji linearitas apabila nilai probabilitas >0.05 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh antar variabel (X) dan variabel (Y) adalah linear.

Metode regresi linear sederhana sebagai analisis hipotesis penelitian ini guna mengevaluasi keterkaitan variabel *independent* dan variabel *dependen* dengan kriteria <0.05. semua tahapan analisis data dijalankan dengan menggunakan perangkat SPSS versi 27 *for windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada skala *celebrity worship* memiliki hasil analisis aitem bergerak dari rentang 0.310 sampai 0.734, dan uji reliabilitas 0.918. Sehingga skala tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini. Skala *neuroticism* memiliki hasil analisis aitem bergerak dari rentang 0.375 sampai 0.538, dan uji reliabilitas 0.794. Sehingga skala tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan menggunakan *google-form* untuk menyebarkan instrument dalam penelitian. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 235 responden yang terkumpul. Berikut karakteristik responden yang didapatkan:

Tabel 1. Usia Responden

Usia	Jumlah
18-20	84
21-25	137
26-30	14
Total	235

Tabel 2. Jenis Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	81
Perempuan	154
Total	235

Uji normalitas, hasil pada pengujian ini diperoleh dengan menerapkan metode *Kolmogorov Smirnov*, dengan hasil:

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		235
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.45397357
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.031
	Negative	-.053
Test Statistic		.053
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200d

Berdasarkan hasil pada tabel 3 di atas, didapatkan nilai sig. yakni $0.200 > 0.05$, maka dapat disimpulkan nilai residual terdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa data pada variabel pada skala *neuroticism* dan skala *celebrity worship* berdistribusi normal.

Uji linearitas, terhadap variabel *celebrity worship* menunjukkan dengan hasil:

Tabel 4. Uji Linearitas

ANOVA Table					
			df	F	Sig.
Celebrity Worship (Y) *Groups	Between (Combined) Linearity		15	2.028	.015
			1	11.209	.001
		Deviation from Linearity	14	1.373	.168
Within Groups			219		
Total			234		

Berdasarkan hasil pada uji linearitas pada tabel 4, terdapat keterkaitan linear antara tingkat *neuroticism* dan *celebrity worship*. Hal ini didasarkan pada nilai signifikansi *deviation from linearty* sebesar $0.168 > 0.05$. Data tersebut menunjukkan

bahwa pengaruh antara *neuroticism* dan *celebrity worship* secara signifikan dapat di analisis lebih lanjut.

Uji hipotesis, dilakukan dengan uji regresi linear sederhana yang disajikan pada tabel berikut dengan hasil:

Tabel 5. Uji Regresi Linear Sederhana

Model		df	F	Sig.
1	Regression	1	10.963	.001b
	Residual	233		
Total		234		

Pada tabel 5, didapatkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$ hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *neuroticism* dan *celebrity worship*. Sehingga, hipotesis alternatif (H_a) diterima. Artinya, terdapat pengaruh antara *neuroticism* terhadap *celebrity worship* pada *K-popers* di Karawang.

Uji koefisien determinasi, digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari variabel *neuroticism* terhadap *celebrity worship*, diketahui dengan melihat bagaimana nilai koefisien determinasi (r^2). Didasarkan dengan perolehan hasil perhitungan yakni:

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.212 ^a	.045	.041	4.46352

Berdasarkan tabel 6, didapatkan bahwa nilai *R Square* 0.045. Dapat diartikan jika *celebrity worship* dipengaruhi oleh *neuroticism* sejumlah 4,5%, namun 95.5% berasal dari faktor lain yang memengaruhinya.

Penelitian ini membuktikan bahwa ada pengaruh *neuroticism* terhadap *celebrity worship* pada *K-popers* di Karawang. Pernyataan tersebut sesuai dengan teori Inferlambang dkk. (2023) yang menyatakan adanya pengaruh positif yang signifikan antara *neuroticism*

terhadap *celebrity worship*. Hal ini memiliki arti, ketika *neuroticism* tinggi maka hal tersebut berpengaruh terhadap tingginya perilaku *celebrity worship* yang dimiliki, begitu pula sebaliknya.

Kepribadian *neuroticism* merupakan kecenderungan untuk mengalami kece- masan, sifat temperamental, emosional dan rentan terhadap gangguan stres (Fauizah & Mutiah, 2015). Pada usia remaja seringkali menerima penolakan atau penerimaan pertemanan yang memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan sosialnya sendiri. Oleh karena itu, jika semakin tinggi tingkat *neuroticism* yang dimiliki maka semakin kuat juga keinginan untuk melakukan hal seperti terlibat dalam pengaguman terhadap idola (Antoni & Rahmi, 2021).

SIMPULAN

Berlandaskan perolehan dari proses penelitian yang telah dilakukan didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *neuroticism* terhadap *celebrity worship* pada *k-popers* di karawang. Perolehan ini menunjukkan bahwa pada *neuroticism* mampu memberikan kontribusi pengaruh sebesar 4.5% terhadap *celebrity worship*. Akan tetapi sejumlah 95.5% sisanya dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. faktor lain yang dapat memengaruhi *celebrity worship* menurut afa dkk. (2019) adalah usia, jenis kelamin, *cognitive flexibility*, *self-esteem*, dan *loneliness*.

DAFTAR PUSTAKA

- Antoni, A., & Rahmi, D. (2021). Gambaran konsep diri dan interaksi sosial pada remaja di smk 1 kabupaten agam. *Menara Ilmu*, XV (1), 10-17.
- Aufa, R., Mar'at, S., & Tiatri, S. (2019). Peranan *cognitive flexibility*, *self-esteem*, dan *loneliness* terhadap *celebrity worship* pada remaja. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 3(2), 539-548.
- Azwar, S. (2021). *Metode penelitian psikologi edisi II*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bahri, S. (2018). *Metodelogi penelitian bisnis lengkap dengan teknik pengolahan data SPSS*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Barrang, P., Zubair, A. G., & Musawwir. (2023). *Celebrity worship pada penggemar K-pop berdasarkan demografi*. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(1), 100-106.
- Brooks, S. K. (2021). *FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research*. *Current Psychology*, 40(2), 864-886.
- Chrisnatalia, M., & Ashariyati, W. (2024). Peran tipe kepribadian *neuroticism* terhadap kecemasan sosial pada wanita dewasa awal. *Indonesian Journal of Behavioral Studies*, 4(1), 1-13.
- Darfiyanti, D., & Putra, M. A. (2012). *Pemujaan terhadap idola pop sebagai dasar intimate relationship pada dewasa awal: sebuah studi kasus*. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*, 1(2), 53-60.
- Efathania, V. N., & Aisyah. (2019). Hubungan antara *big five personality trait* dengan *celebrity worship* pada dewasa muda penggemar K-pop di sosial media. *Mind Set*, 10(1), 1-16.
- Frederika, E., Suprpto, M. H., & Tanajo, K. L. (2015). Hubungan antara harga diri dan konformitas dengan *celebrity worship* pada remaja di Surabaya. *Jurnal Gema Aktualita*, 4(1), 61-69.
- Henry. (2021, Oktober). *Indonesia tempati urutan ke-4 penggemar korean wave terbesar di dunia*. Retrieved from *Liputan 6*: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4678671/indonesia-tempati-urutan-ke-4-penggemar-korean-wave-terbesar-di-dunia>
- Inferlambang, M., Widyorini, E., & Sumijati, S. (2023). *Self-esteem, neuroticism, dan celebrity worship pada remaja penggemar K-pop*. *Jurnal Psikologi Terapan dan Pendidika*, 5(1), 12-22.
- 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*. *The British Psychological Society*, 10, 17-32.
- Meilisa, T. F., & Yanuvianti, M. (2016). Hubungan antara *trait kepribadian the big five* dengan *celebrity worship* pada komunitas jkt48 west java di kota Bandung. *Prosiding Psikologi*, 2(2), 782-788.
- Natalya, L., & Sin, G. S. (2024). *Fluktuasi neuroticism akibat covid-19: Studi kasus empat lini masa*.

- ANIMA Indonesian Psychological Journal, 39(1), 115-135.
- Pakasi, N. C., Mandang, J. H., & Hartati, M. E. (2024). Hubungan antara big five personality trait dengan celebrity worship pada penggemar K-pop di Manado dan Minahasa. *Journal Psikopedia*, 5(1), 115-126.
- Ri'aeni, I., Suci, M., Pertiwi, M., & Sugiarti, T. (2019). Pengaruh budaya korea (K-pop) terhadap remaja di kota Cirebon. *Journal Communications*, 1(1), 1-26.
- Riza, W. L., Rahman, P. R., & Widiyanti, R. (2023). Pengaruh attachment style terhadap celebrity worship pada dewasa awal penggemar selebriti korea di Karawang. *Psychophedia Jurnal Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 8(1), 43-49.
- Soto, C. J., & John, O. (2016). Pengaruh attachment style terhadap celebrity worship pada dewasa awal penggemar selebriti korea di Karawang. *Journal of Personality and Social Psychology*, 113(1), 117-143.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Triadanti. (2019, Februari Rabu). Jadi gaya hidup, benerkah fans Kpop kaya raya atau cuma modal kouta? Retrieved from IDN TIMES: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>
- Wicaksono, M. A., W, A. P., & Maryana, D. (2021). Pengaruh fenomena tren Korean wave dalam perkembangan fashion style di Indonesia. *Jurnal Sosial Politika*, 2(2), 74-85.
- Zakiyah, A., Rifqi, N., & Zaituni, R. A. (2022). Fenomena pergeseran nilai-nilai religius mahasiswa pai uin Malang akibat korean wave (K-pop dan K-drama). *Muta'allim: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 18-41.