



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 5796-5805

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

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

## Pengaruh *Celebrity Worship Syndrome* Terhadap *Psychological Well-Being* Army BTS

Sheren Tansy<sup>1✉</sup>, Meike Kuniawati<sup>2</sup>

Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara

Email: [tansysheren@gmail.com](mailto:tansysheren@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Kegemaran yang berlebihan pada suatu idola atau *celebrity worship syndrome* (CWS) biasanya identik dengan dampak buruk terhadap seseorang terutama pada penggemar K-pop. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji apakah *celebrity worship syndrome* akan mempengaruhi *psychological well being* penggemar BTS pada tahap *emerging adulthood*. Penelitian kuantitatif ini menggunakan dua alat ukur, yaitu *Celebrity Attitude Scale* (CAS) dan *Ryff's Psychological Well-Being Scale* (RPWBS). Data penelitian diperoleh dari 190 responden penggemar BTS yang berusia 18-25 tahun. Data yang sudah diperoleh diolah dengan regresi sederhana dalam aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CWS berpengaruh positif dan signifikan sebesar 24.5% terhadap PWB Army BTS pada usia 18-25 tahun. Pengaruh positif menandakan bahwa ketika tingkat CWS seseorang semakin tinggi, maka semakin tinggi juga tingkat PWB yang dimilikinya.

Kata Kunci: *Penggemar BTS, Army BTS, Celebrity Worship Syndrome, Psychological Well Being, Emerging Adulthood*

## Abstract

Celebrity Worship Syndrome (CWS), which is defined as an excessive amount of admiration for an idol or celebrity, is typically linked to bad outcomes in people, particularly in K-pop followers. This study aims to investigate if BTS followers' psychological health during the emerging adult period would be impacted by Celebrity Worship Syndrome. Two measures were used in this quantitative study: Ryff's Psychological Well-Being Scale (RPWBS) and the Celebrity Attitude Scale (CAS). The study's sample consisted of 190 BTS followers between the ages of 18 and 25. The SPSS program was used to do a simple regression analysis on the gathered data. The study's findings suggest that CWS significantly and favorably affects the mental health of BTS Army members in the 18 to 25 age range, 24.5%. A favorable effect indicates that as an individual's level of CWS increases, their level of psychological well-being also increases.

Keywords: *BTS fans, Army BTS, Celebrity Worship Syndrome, Psychological Well Being, Emerging Adulthood*

## PENDAHULUAN

*Korean wave* atau penyebaran budaya Korea Selatan yang bertujuan untuk membuat citra korea lebih modern (Shim, 2006 dalam Putri et al., 2019). Hal yang paling dikenali kalangan umum dari *Korean Wave* adalah K-pop (*Korean Pop*) yang berarti musik pop Korea (Putri et al., 2019). Pada survei IDN Times (2019) diketahui bahwa penggemar K-pop terdiri dari usia anak-anak hingga dewasa dan tersebar diseluruh Indonesia. BTS merupakan grup K-pop terpopuler berdasarkan partisipasi dan interaksi konsumen, liputan media, dan indeks kesadaran masyarakat (CNBC, 2021). Jumlah penggemar BTS di seluruh dunia diduga mencapai lebih dari 400.000 dan 80.895 diantaranya berasal dari Indonesia (Rusiandi & Amelasasih, 2022). BTS atau Bangtan Sonyeondan terdiri dari tujuh anggota, yaitu Kim Nam-joon (RM), Kim Seok-jin (Jin), Park Ji-min (Jimin), Min Yoon-gi (Suga), Kim Tae-hyung (V), Jung Ho-seok (J-Hope), dan Jeon Jung-kook (Jungkook). Penggemar BTS dikenal sebagai Army (Adorable Representative MC for Youth) yang dikenal juga sebagai salah satu fandom (*fans kingdom*) yang paling berkuasa (CNN, 2019).

Penggemar adalah individu yang menyukai sesuatu atau memiliki antusias terhadap suatu hal (Wardani & Kusuma, 2021). Ketika seseorang menggemari sesuatu mereka akan mencari informasi mengenai idolanya, dan mendukung idolanya. Menggemari selebriti merupakan hal lumrah, tetapi ketika sudah adanya obsesi dan ketertarikan berlebihan maka hal tersebut disebut sebagai *celebrity worship syndrome* (McCutcheon et al., 2002). CWS atau *celebrity worship syndrome* terdiri atas tiga tahap, yaitu *entertainment-social*; *intense-personal*; dan *borderline-pathological*. Tahap *entertainment-social* merupakan tahap paling awal yang mana penggemar memiliki rasa ketertarikan terhadap idolanya. Pada tahap

menengah atau *intense-personal*, penggemar memiliki perasaan intensif dan kompulsif pada idolanya. Selanjutnya pada tahap terakhir, yaitu *borderline-pathological* penggemar memiliki perilaku irasional pada idolanya.

Penggemar dengan CWS memiliki loyalitas sehingga rela mengeluarkan waktu, uang, dan dirinya sendiri untuk idolanya (Andira et al., 2023). Hal ini mengakibatkan penggemar dengan CWS rentan melakukan pembelian kompulsif untuk mendukung idolanya dengan membeli produk yang berkaitan atau dipromosikan idolanya (Driana & Indrawati, 2021). Selanjutnya, CWS juga dapat menimbulkan adiksi internet karena keinginan untuk terus *update* mengenai berita penting idolanya (Cahyani et al., 2022). Pada tahap *intense-personal*; dan *borderline-pathological* dapat membuat penggemar tidak puas dengan tubuh mereka dan ingin melakukan operasi plastik agar tubuhnya serupa dengan idolanya (Tresna et al., 2021). Namun, pada tahap *entertainment-social* penggemar justru dapat termotivasi oleh idolanya untuk lebih memperhatikan dan memperbaiki penampilan mereka (Tresna et al., 2021). Kemudian, penggemar dengan CWS juga dapat memperluas relasi sosial mereka melalui *fans kingdom* dan kegiatan mengidolakan seseorang juga dapat digunakan sebagai strategi koping stres (Oktavinita & Ambarwati, 2022). Musik idola juga dapat meningkatkan suasana hati, memberi rasa tenang, dan penyemangat penggemarnya (Rubin, 2021; Ghazwani, 2019 dalam Oktavinita & Ambarwati, 2022).

Adanya dampak positif dan negatif tersebut membuat peneliti tertarik untuk mengetahui apakah CWS dapat mempengaruhi *Psychological well-being* seseorang. *Psychological well-being* (PWB) didefinisikan Ryff (1996) sebagai proses realisasi diri dalam hidup yang terdiri dari enam dimensi. Dimensi tersebut terdiri dari penerimaan diri (*self-acceptance*), pertumbuhan pribadi (*personal growth*), hubungan yang positif dengan orang lain (*positive relation with others*), kemandirian (*autonomy*), penguasaan lingkungan (*environmental mastery*), dan memiliki tujuan hidup (*purpose in life*). Penerimaan diri artinya seseorang menerima dirinya sendiri dan mengetahui kekurangan serta kelebihan. Pertumbuhan pribadi berarti seseorang sadar akan potensinya, serta ingin tumbuh dan berkembang untuk mencapai tujuan. Hubungan positif dengan orang lain berarti memiliki kemampuan untuk membangun hubungan hangat dengan orang lain. Kemandirian artinya memiliki otonomi pada dirinya sendiri dan mengevaluasi diri berdasarkan standar pribadi. Penguasaan lingkungan adalah kemampuan seseorang untuk memilih dan menciptakan lingkungan sesuai dengan kondisi psikisnya. Terakhir, memiliki tujuan hidup agar hidup menjadi lebih bermakna. PWB dapat ditingkatkan oleh rasa syukur, harapan, optimisme, dan kepuasan hidup (Kardas et al., 2019). Selain itu, dukungan sosial dan memiliki pendengar yang baik juga dapat mempengaruhi PWB (Trisetiyaningsih et al., 2022).

Terdapat penelitian terdahulu yang meneliti hubungan antara PWB dengan CWS ditemukan beragam hasil. Pada penelitian Parawangsah dan rekannya (2023) ditemukan bahwa tidak ada hubungan antara PWB dengan CWS Penelitian. Namun, pada penelitian Azzahra & Ariana (2021) ditemukan bahwa CWS memiliki hubungan positif dengan PWB pada penggemar K-pop dewasa awal. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk meneliti kembali dan menguji pengaruh CWS terhadap PWB pada tahap usia yang berbeda dan pada suatu grup K-pop khusus, yaitu BTS. Peneliti mengambil sampel partisipan yang berada pada tahap *emerging adulthood* yang merupakan tahap transisi remaja ke dewasa yang terjadi pada rentang usia 18-25 tahun (Arnet, 2006 dalam Santrock, 2013). Pada tahap ini, seseorang akan mengeksplorasi dan mengalami ketidakstabilan dalam jalur karier, identitas, dan gaya hidup (Santrock, 2013). Hal ini membuat mereka mudah dipengaruhi oleh teman sebaya dalam hal apapun, misalnya K-pop.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional untuk mengetahui hubungan CWS dan PWB Army BTS. Subjek penelitian ini adalah penggemar BTS yang berada pada tahap *emerging adulthood* (usia 18-25 tahun). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability purposive sampling*. Kemudian, penelitian ini berhasil mengumpulkan 190 responden (183 perempuan dan 7 laki-laki). Peneliti memperoleh data penelitian dengan menyebarkan kuisisioner secara daring melalui Google Form. Dalam kuisisioner ini terdapat dua alat ukur, yaitu *Celebrity Attitude Scale* (CAS) dan *Ryff's Psychological Well-Being Scale* (RPWBS).

*Celebrity Attitude Scale* (CAS) dikembangkan oleh Maltby dan rekannya (2006) kemudian diadaptasi oleh Yuniarti (2022) digunakan untuk mengukur tingkat CWS. Setelah di adaptasi, alat ukur ini terdiri dari 31 butir pertanyaan dan kata 'idola saya' diubah menjadi 'anggota BTS' agar sesuai dengan penelitian. CAS terdiri dari tiga dimensi, yaitu *entertainment-social* (16 *item*); *intense-personal* (10 *item*); dan *borderline-pathological* (5 *item*). Alat ukur CAS menggunakan skala Likert yang terdiri dari sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Dalam alat ukur ini semua *item favourable* sehingga skala SS diberi skor 4, S diberi skor 3, TS diberi skor 2, dan STS diberi skor 1. Semakin tinggi skor yang diperoleh dalam CAS maka semakin tinggi juga tingkat CWS yang dimiliki. Contoh butir pada alat ukur ini adalah "Saya dan teman saya senang berdiskusi tentang apa yang dilakukan anggota BTS".

*Ryff's Psychological Well-Being Scale* (RPWBS) dikembangkan oleh Ryff (1989) dan telah diadaptasi oleh Talamati (2012) digunakan untuk mengukur tingkat PWB seseorang.

Sebelum diadaptasi RPWBS berjumlah 42 *item* dan setelah diadaptasi berubah menjadi 18 *item* saja. RPWBS terdiri dari enam dimensi yaitu penerimaan diri (*self-acceptance*), pertumbuhan pribadi (*personal growth*), hubungan yang positif dengan orang lain (*positive relation with others*), kemandirian (*autonomy*), penguasaan lingkungan (*environmental mastery*), dan memiliki tujuan hidup (*purpose in life*). Masing-masing dari dimensi tersebut terdiri dari 3 *item*. RPWBS menggunakan enam skala kategori jawaban yang terdiri dari sangat sesuai (SS), sesuai (S), agak sesuai (AS), agak tidak sesuai (ATS), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Pada *item favourable* skala SS diberi skor 6, S diberi skor 5, AS diberi skor 4, ATS diberi skor 3, TS diberi skor 2, STS diberi skor 1. Kemudian, untuk *item unfavourable*, yaitu *item* 1, 4, 5, 7, 8, 15, 17, dan 18 harus dikodekan ulang dan skor nilai yang diberikan terbalik. Contoh butir alat ukur RPWBS "Saya cenderung mudah terpengaruh oleh orang yang memiliki pendapat yang lebih meyakinkan". Berdasarkan tabel 1 dan 2 diketahui bahwa sebagian besar responden penelitian ini memiliki PWB tingkat sedang dan CWS tingkat menengah atau *intense personal*.

Data penelitian yang sudah diperoleh kemudian diolah dalam aplikasi SPSS IBM Versi 25 untuk mengetahui reliabilitas alat ukur, uji normalitas, dan uji hipotesis. Peneliti melakukan uji Cronbach Alpha pada alat ukur untuk menguji reliabilitas alat ukur. Untuk alat ukur CAS mendapatkan nilai 0.948 dan alat ukur RPWBS mendapatkan nilai 0.744. Untuk mengukur normalitas data, peneliti melakukan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test yang bernilai  $0.245 > 0.05$  sehingga distribusi data normal dan bisa dilakukan uji regresi linear. Uji regresi linear digunakan untuk mengetahui pengaruh CWS terhadap PWB penggemar BTS. Berdasarkan hasil uji T yang dapat dilihat pada Tabel 4, nilai signifikansinya adalah 0.00 ( $P < 0.05$ ) dan nilai  $t$  7.820 yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara CWS terhadap PWB penggemar BTS pada usia 18-25 tahun.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Gambaran PWB responden

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
Tinggi	16	8.4
Sedang	147	77.4
Rendah	27	14.2

Tabel 2. Gambaran CWS responden

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
Entertainment_Social	16	16.3
Intense_Personal	147	64.2
Borderline_Pathological	27	19.5

Tabel 3. Hasil Uji R Square

Model	R <sup>2</sup>	Adj. R <sup>2</sup>
CWS	.245	.241

Tabel 4. Hasil Uji T

Model	Unstandardized B	t	Sig.
(Constant)	51.877	15.785	.000
CWS	.272	7.820	.000

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa sebagian besar responden penelitian ini memiliki PWB tingkat sedang sehingga responden penelitian ini memiliki tingkat penerimaan diri, pertumbuhan pribadi, hubungan positif dengan orang lain, kemandirian, penguasaan lingkungan, dan tujuan hidup yang cukup tinggi. Kemudian, pada tabel 2 menunjukkan mayoritas responden memiliki CWS tingkat menengah atau *intense personal*. Pada tahap ini penggemar akan memikirkan idolanya terus-menerus tanpa disengaja, memiliki empati tinggi terhadap idolanya, dan ingin mempelajari hal dan kebiasaan idolanya (Maltby et al., 2006).

Berdasarkan tabel 3 dan 4 yang melampirkan hasil uji regresi CWS terhadap PWB, ditemukan bahwa nilai R Square memiliki nilai 0.245 sehingga CWS memiliki pengaruh sebesar 24.5% terhadap PWB. Pada uji T didapatkan nilai T sebesar 7.820 yang memiliki nilai positif sehingga adanya pengaruh positif antara CWS dengan PWB yang berarti semakin tinggi CWS maka semakin tinggi juga PWB seseorang. Penemuan ini sejalan dengan penelitian Azzahra dan Ariana (2021) yang mengungkapkan bahwa CWS memiliki hubungan yang positif dengan PWB. Namun, penemuan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Parawangsa dan rekannya (2023) yang menyatakan tidak ada hubungan antara PWB dengan CWS. Penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian Brooks (2021) yang menyatakan bahwa CWS berhubungan dengan kesehatan mental yang buruk.

Adanya pengaruh yang signifikan antara CWS dan PWB pada penelitian ini dapat disebabkan karena sebagian besar partisipan (85% diantaranya) bergabung ke dalam

*fandom* di sosial media seperti Facebook, WhatsApp, Telegram, dll. Dengan bergabung ke dalam *fandom* di sosial media, penggemar dapat memperluas relasi sosialnya dan mendapatkan *support system* (Oktavinita & Ambarwati, 2022). Kemudian, partisipan penelitian yang sedang berada dalam tahap *emerging adulthood* dimana para remaja masih melakukan eksplorasi dan menjadikan idolanya sebagai panutan hidupnya (Benu et al., 2019). BTS dikenal sebagai *boy band* yang memberi pengaruh positif bagi penggemarnya, seperti melakukan kampanye dan penggalangan dana yang akhirnya membawa dampak positif serupa pada penggemarnya sebagai aktivis (Meliana & Al Jannah, 2023). Kemudian, musik yang dihasilkan BTS juga seringkali membawa pesan positif seperti pada album "Love Yourself" yang memiliki pesan untuk mencintai dan menerima diri sendiri. Melalui pesan-pesan dalam lagu BTS, para Army dapat merasakan kenyamanan dan mendapatkan motivasi yang akhirnya mempengaruhi PWB.

Meskipun CWS berpengaruh positif signifikan terhadap PWB, tetapi dalam penelitian ini CWS memiliki pengaruh yang cukup rendah yaitu sebesar 24.5%, sedangkan 75.5% dipengaruhi faktor lain. Dengan demikian, CWS tidak dapat meningkatkan PWB seseorang secara signifikan. PWB dapat ditingkatkan melalui aktivitas positif lainnya seperti bersyukur, bersikap optimis dan penuh harapan, mencari *support system* yang mendukung dan positif, menjadi pribadi yang aktif, dll

Temuan lain dari penelitian ini adalah mayoritas responden penelitian adalah perempuan sebanyak 183 responden. Hal ini terjadi karena sebagian besar Army BTS adalah perempuan 76% ([www.quora.com](http://www.quora.com)). 24% Army BTS adalah laki-laki. Hal ini mungkin terjadi karena adanya pandangan masyarakat terhadap Army dan BTS. BTS dianggap bertolak belakang terhadap standar maskulinitas yang berlaku di Indonesia, seperti memakai riasan ketika konser, menari, dan menggunakan baju perempuan (Devi, 2022).

Penelitian ini memiliki keterbatasan data penunjang, yaitu tidak mencantumkan durasi penggunaan internet dalam sehari pada kuisioner. Dengan itu, peneliti tidak memiliki gambaran penggunaan internet para penggemar BTS dan tidak bisa membandingkannya dengan tingkat CWS. Peneliti berharap penelitian ini dapat berguna bagi peneliti berikutnya sebagai referensi penelitian CWS selanjutnya. Penelitian ini juga menemukan bahwa para Army berada pada tahap CWS menengah. Perlu kesadaran dan kontrol diri agar tidak sampai masuk pada tahap terakhir, yaitu *borderline-pathological* yang diartikan sebagai perilaku irasional pada idolanya karena obsesi yang berlebihan. Hal ini perlu dilakukan untuk mencegah dampak buruk dari sisi penggemar dan juga idola.

CWS juga terbukti berpengaruh kecil terhadap PWB, sehingga CWS bukanlah cara untuk meningkatkan PWB.

## SIMPULAN

Kegemaran yang berlebihan pada suatu idola atau *celebrity worship syndrome* (CWS) biasanya identik dengan dampak buruk terhadap seseorang terutama pada penggemar K-pop. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CWS berpengaruh positif dan signifikan sebesar 24.5% terhadap PWB Army BTS pada usia 18-25 tahun. Pengaruh positif menandakan bahwa ketika tingkat CWS seseorang semakin tinggi, maka semakin tinggi juga tingkat PWB yang dimilikinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, M. S., & Ariana, A. D. (2021). Psychological wellbeing penggemar K-pop dewasa awal yang melakukan celebrity worship. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(1), 137–148. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v1i1.24729>
- 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. <https://ejournal.undana.ac.id/index.php/CJPS/article/view/2078/1559>
- Brooks, S. K. (2018). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*, 40(2), 864–886. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9978-4>
- Cahyani, O. I., Zakaria, A. M., & Ghaybiyyah, F. (2022). Pengaruh celebrity worship dan kesepian terhadap kecenderungan adiksi internet pada remaja penggemar k-pop. *Jurnal Penyuluhan Agama (JPA)*, 9(2), 195–208. <https://doi.org/10.15408/jpa.v9i2.27888>
- CNN. (2019, Oktober 20). BTS' army of admirers: Inside one of the world's most powerful fandoms. CNN. <https://edition.cnn.com/2019/10/12/asia/bts-fandom-army-intl-hnk/index.html>
- Devi, J. F. V. (2022). BTS army: Melampaui narasi stigmatisasi identitas perempuan penggemar. *Paradigma Jurnal Kajian Budaya*, 12(1), 55-73. [https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?params=/context/paradigma/article/1009/&path\\_info=uc.pdf](https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?params=/context/paradigma/article/1009/&path_info=uc.pdf)
- Dewi, D. P. K. S. & Indrawati, K. R. (2019). Gambaran celebrity worship pada penggemar K-pop usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(2), 291-300. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/view/54175/32118>
- Driana, H. I. & Indrawati, A. (2021). Pengaruh celebrity worship, gaya hidup hedonis, dan kecanduan internet terhadap pembelian kompulsif merchandise band day6 pada

- online shop Uriharu Id. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*, 1(5), 2021, 452–469.  
<https://doi.org/10.17977/um066v1i52021p452-469>
- CNBC. (2021, Mei 24). Cek 30 Grup K-pop terpopuler, BTS Nomor 1. CNBC Indonesia.  
<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20210524134229-33-247888/cek-30-grup-k-pop-terpopuler-bts-nomor-1>
- IDN Times. (2019, Februari 26). Jadi gaya hidup, Benarkah fans kpop kaya raya atau cuma modal kuota?. IDN Times.  
<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>
- Kardas, F., Cam, Z., Eskisu, M., & Gelibolu, S. (2019). Gratitude, hope, optimism and life satisfaction as predictors of psychological Well-Being. *Eurasian Journal of Educational Research*, 19(82), 1–20. <https://doi.org/10.14689/ejer.2019.82.5>
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. 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*, 40(2), 273–283.  
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.07.004>
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, 93(1), 67–87.  
<https://psycnet.apa.org/doi/10.1348/000712602162454>
- Meliana, & Al Jannah, D. (2023). Aktivisme digital fans k-pop dalam menyuarkan aksi penolakan rru cipta kerja (omnibus law) tahun 2020. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 8407–8420.
- Oktavinita, P. A. & Ambarwati, K. D. (2022). Psychological well-being on celebrity worship levels in early adult Korean pop (K-pop) fans. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 16(2), 93–110.  
<https://doi.org/10.33557/jpsyche.v16i2.2094>
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan penyebaran korean wave di Indonesia. *Jurnal ProTVF*, 3(1), 68–80.  
<https://jurnal.unpad.ac.id/protvf/article/view/20940/10502>
- Rusiandi, N. P. & Amelasasih, P. (2022). Fanatisme penggemar k-pop remaja awal pada komunitas Army-BTS. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(3), 145–150.  
<https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i3.4277>
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069–1081. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069>

- Ryff, C. D., & Singer, B. H. (1996). Psychological Well-Being: Meaning, measurement, and implications for psychotherapy research. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 65(1), 14–23. <https://doi.org/10.1159/000289026>
- Sanjaya, R. & Rahmasari, D. (2023). Kontrol diri kpopers yang mengalami celebrity worship syndrome. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(1), 409-426. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/53567>
- Santrock, J. (2013). *Life Span Development* (14th ed.). McGraw-Hill Education.
- 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. *Jurnal Humanitas Indonesian Psychological Journal*, 18(2), 100-111, [http://journal.uad.ac.id/index.php/HUMANITAS/article/view/19392/pdf\\_68](http://journal.uad.ac.id/index.php/HUMANITAS/article/view/19392/pdf_68)
- Wardani, E.P., & Kusuma, R.S. (2021). Interaksi parasosial penggemar K-pop di media sosial (studi kualitatif pada Fandom Army di Twitter). *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243–260. <http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2755>.