

## Gambaran *Celebrity Worship* pada Penggemar K-Pop Usia Remaja

### A Description of Celebrity Worship among Adolescent K-Pop Fans

**Muflihatul Hidayah\***

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: [muflihatulhidayah53@gmail.com](mailto:muflihatulhidayah53@gmail.com)

**Dien Amrina Rasyada**

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: [dien.22014@mhs.unesa.ac.id](mailto:dien.22014@mhs.unesa.ac.id)

**Annisaus Sholikhah**

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: [annisaus.220080@mhs.unesa.ac.id](mailto:annisaus.220080@mhs.unesa.ac.id)

**Elok Faiqoh Maulidiyah**

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: [elok.22185@mhs.unesa.ac.id](mailto:elok.22185@mhs.unesa.ac.id)

Commented [R1]: Tidak perlu italic.

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya fenomena *celebrity worship* di kalangan remaja seiring dengan pesatnya popularitas K-pop sebagai bagian dari *Korean Wave* global. Pada masa remaja, keterikatan terhadap figur publik berpotensi memengaruhi perkembangan identitas, regulasi emosi, dan aktivitas keseharian. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bentuk *celebrity worship* pada penggemar K-pop usia remaja serta memahami pengalaman subjektif mereka dalam mengidolakan selebriti. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling*. Partisipan terdiri dari empat remaja perempuan berusia 15–16 tahun yang merupakan siswa SMA dan penggemar K-pop. Data dikumpulkan melalui wawancara tatap muka terstruktur dan dianalisis menggunakan model analisis Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity worship* pada partisipan didominasi oleh dimensi *entertainment social* dan *intense personal*, sementara indikasi *borderline pathological* tidak ditemukan secara signifikan. Partisipan memaknai k-pop sebagai sumber hiburan, motivasi, dan dukungan emosional, serta menunjukkan kontrol diri yang baik dalam membatasi pengidolaan agar tidak mengganggu fungsi akademik dan sosial. Temuan ini mengindikasikan bahwa *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop dapat bersifat adaptif apabila disertai dengan kesadaran batasan dan regulasi diri yang memadai.

**Kata kunci :** *Celebrity worship*; penggemar K-pop; dinamika psikologis remaja

Commented [R2]: Italic


Commented [R3]: Italic

### Abstract

This study was motivated by the increasing phenomenon of *celebrity worship* among adolescents alongside the growing global popularity of K-Pop as part of the *Korean Wave*. During adolescence, emotional attachment to public figures may influence identity development, emotional regulation, and daily activities. This study aimed to describe *celebrity worship* among adolescent K-Pop fans and explore their subjective experiences of idolizing celebrities. A qualitative descriptive approach was employed using *purposive sampling*. The participants consisted of four female high school students aged 15–16 years who identified as K-Pop fans. Data were collected through structured face-to-face

interviews and analyzed using Miles and Huberman's data analysis model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings revealed that participants' celebrity worship was predominantly characterized by entertainment-social and intense personal dimensions, while borderline pathological tendencies were not significantly observed. Participants perceived K-pop idols as sources of entertainment, motivation, and emotional support, while maintaining self-control to prevent excessive idolization from interfering with academic and social functioning. These findings suggest that celebrity worship among adolescent K-pop fans can function adaptively when accompanied by adequate self-regulation and awareness of boundaries, highlighting the importance of psychological literacy in adolescent fandom culture.

**Keywords :** Celebrity worship; K-pop fans; psychological dynamics of adolescents

Article History	*corresponding author
<p><b>Submitted :</b> 20-12-2025</p> <p><b>Final Revised :</b> 07-01-2026</p> <p><b>Accepted :</b> 08-01-2026</p>	 <p>This is an open access article under the <a href="#">CC-BY-SA</a> license</p> <p>Copyright © 2022 by Author, Published by Universitas Negeri Surabaya</p>

Era globalisasi telah mengaburkan batasan geografis dan budaya, memungkinkan produk kebudayaan dari suatu negara diadopsi secara masif oleh masyarakat di belahan dunia lain. Salah satu manifestasi paling menonjol dari fenomena tersebut adalah *Korean Wave* (Hallyu), yang menempatkan musik pop Korea (K-pop) sebagai bagian penting dari industri hiburan global dengan jangkauan lintas budaya yang luas (Khedun-Burgoine, 2019). Kehadiran K-pop tidak hanya menawarkan kualitas musikalitas dan visual yang estetis, tetapi juga membentuk konstruksi citra idola yang ideal melalui strategi industri hiburan dan media sosial yang terintegrasi, sehingga menciptakan kedekatan simbolik antara idola dan penggemar (Syawal, 2023). Dalam kajian psikologi klinis dan sosial, *celebrity worship* dipahami sebagai keterlibatan emosional yang berlebihan terhadap figur publik, yang dapat memengaruhi cara individu berpikir, merasa, dan berperilaku (Munika, 2021).

Fenomena *celebrity worship* banyak ditemukan pada kelompok usia remaja, seiring dengan kondisi perkembangan mereka yang masih berada dalam proses pencarian jati diri. Pada fase ini, remaja cenderung mencari figur panutan di luar lingkungan keluarga untuk dijadikan acuan dalam membentuk citra diri, nilai, dan gaya hidup (Kroger, 2006). Idola K-pop kerap ditampilkan sebagai sosok yang menarik secara fisik, memiliki bakat yang menonjol, serta kepribadian yang positif, sehingga mudah dikagumi dan dijadikan objek identifikasi oleh remaja (Dalimunthe et al., 2022). Namun, keterlibatan yang berlebihan terhadap idola berpotensi bergeser dari sekadar hiburan dan interaksi sosial (*entertainment social*) menjadi keterikatan emosional yang intens (*intense personal*), bahkan berkembang hingga perilaku kompulsif yang tidak adaptif (*borderline pathological*), sebagaimana dikemukakan dalam model tingkatan *celebrity worship* oleh Maltby et al. (2021). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *celebrity worship* pada remaja tidak hanya merupakan fenomena hiburan, tetapi juga berkaitan erat dengan dinamika perkembangan identitas dan regulasi emosi.

Di Indonesia, *celebrity worship* semakin menonjol seiring meningkatnya popularitas budaya Korea atau *Korean Wave*, khususnya musik K-pop. Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan tingkat antusiasme tinggi terhadap K-pop, yang terlihat dari maraknya konser, acara televisi, serta berbagai kegiatan nasional yang menghadirkan *boyband* dan *girlband* K-pop (Adiesia & Sofia, 2021). Data survei yang disampaikan oleh Presiden Korea Tourism Organization (KTO), Kim Jang-Sil, menunjukkan bahwa Indonesia menempati persentase

Commented [R4]: Italic

Commented [R5]: Italic

Commented [R6]: Italic

tertinggi sebagai pengonsumsi konten budaya Korea, yakni sebesar 35% dari 26 negara yang disurvei (Tashandra, 2023).

Penelitian terdahulu telah banyak mengeksplorasi variabel ini dalam konteks kuantitatif. Sebagai contoh, penelitian oleh Adiesia dan Sofia (2021) menemukan adanya hubungan positif antara *celebrity worship* dengan perilaku konsumtif pada remaja. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keterlibatan emosional yang berlebihan terhadap idola dapat berkembang menjadi perilaku *celebrity worship* yang maladaptif. Menurut Aurellia & Budiarto (2024), fenomena *celebrity worship* pada remaja yang memiliki *fan-account* di media sosial menunjukkan dampak psikologis yang beragam, di mana sebagian besar partisipan melaporkan peningkatan motivasi dan emosi positif sekaligus mencatat adanya penurunan kontrol diri dan regulasi emosi sebagai konsekuensi hubungan intens antara penggemar dan idola melalui *fan-account*. Temuan ini mengindikasikan bahwa *celebrity worship* tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga pada dinamika sosial remaja.

Meskipun berbagai studi penelitian telah membahas *celebrity worship* pada penggemar K-pop, sebagian besar studi sebelumnya cenderung menggunakan pendekatan kuantitatif dan berfokus pada pengukuran tingkat *celebrity worship* serta hubungannya dengan variabel psikologis tertentu. Masih terbatas penelitian yang secara mendalam mengeksplorasi pengalaman subjektif remaja dalam mengidolakan selebriti, khususnya bagaimana *celebrity worship* memengaruhi aktivitas harian, kondisi emosional, dan motivasi remaja dari sudut pandang mereka sendiri. Keterbatasan ini menunjukkan adanya celah penelitian terkait pemahaman *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop, terutama dalam konteks budaya Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai *celebrity worship* pada penggemar K-pop usia remaja melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Secara khusus, artikel ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana *celebrity worship* memengaruhi kegiatan harian remaja, keterkaitannya dengan kondisi emosional, serta perbedaan motivasi yang muncul pada remaja yang terlibat dalam *celebrity worship*. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai dinamika psikologis remaja penggemar K-pop.

## Metode

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena *celebrity worship* pada remaja penggemar K-pop. Dalam penelitian kualitatif deskriptif, fokus utamanya adalah menggambarkan fenomena secara rinci dan kontekstual, sehingga hasilnya berupa uraian naratif yang kaya perspektif, bukan generalisasi statistik (Sandelowski, 2000). Hal ini sejalan dengan Creswell (2014) yang menyatakan bahwa pendekatan kualitatif deskriptif sangat sesuai untuk meneliti isu-isu sosial budaya yang kompleks, di mana pengalaman dan interpretasi individu menjadi pusat analisis. Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini menitikberatkan pada penggalian pengalaman subjektif, emosi, serta pemaknaan yang dibentuk oleh remaja terhadap idolanya.

## Partisipan

Partisipan dalam penelitian ini berjumlah empat orang remaja yang merupakan siswa Sekolah Menengah Atas (SMA). Pemilihan partisipan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria berada pada rentang usia remaja, yaitu 15–18 tahun, merupakan penggemar K-pop, dan bersedia mengikuti proses wawancara secara sukarela. Partisipan dipilih karena dianggap mampu memberikan informasi yang relevan dan mendalam terkait fenomena *celebrity worship* sesuai dengan tujuan penelitian.

Commented [R7]: Italic

Commented [R8]: Italic

Commented [R9]: Italic

Commented [R10]: Italic

Commented [R11]: Gunakan single line spacing.

## Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara secara langsung (tatap muka). Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, di mana peneliti telah menyiapkan daftar pertanyaan yang sistematis dan rinci untuk menggali aspek-aspek *celebrity worship*, meliputi *entertainment social*, *intense personal feeling*, dan *borderline pathological*. Teknik ini dipilih untuk menjaga konsistensi data antarpartisipan serta memastikan informasi yang diperoleh sesuai dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2019). Untuk menjaga keakuratan data dan menghindari kehilangan informasi, proses wawancara direkam menggunakan alat perekam suara pada perangkat ponsel, dengan persetujuan dari partisipan. Selain itu, peneliti juga mencatat poin-poin penting selama wawancara berlangsung untuk mendukung proses analisis data.

## Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menelaah data secara mendalam dan spesifik sebelum menarik kesimpulan yang bersifat umum. Teknik analisis yang digunakan mengacu pada model Miles dan Huberman, yang mencakup tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Hardani, 2020). Tahap reduksi data bertujuan untuk menyederhanakan dan memilah data agar sesuai dengan kebutuhan penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk tabel guna mempermudah pemahaman terhadap informasi yang diperoleh. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan, di mana data yang telah terorganisasi dan dikelompokkan digunakan sebagai dasar dalam merumuskan simpulan penelitian.

## Hasil

Peneliti melakukan wawancara pada 4 partisipan yang memenuhi kriteria penelitian. Berikut data dari keempat partisipan yang disajikan dalam tabel.

**Table 1. karakteristik partisipan**

Nama Inisial	Jenis Kelamin	Usia	Kelas
ZASD	Perempuan	15	10 SMA
DABP	Perempuan	15	10 SMA
KH	Perempuan	15	10 SMA
CAL	Perempuan	16	10 SMA

Hasil analisis tematik terhadap data wawancara menunjukkan empat tema utama yang menggambarkan bentuk *celebrity worship* pada penggemar K-pop usia remaja. Tema-tema tersebut disusun berdasarkan kerangka teori *celebrity worship*, meliputi aspek *entertainment social*, *intense personal*, kontrol diri dalam pengidolaan, serta sikap *terhadap borderline pathological celebrity worship*. Setiap tema merepresentasikan pengalaman subjektif partisipan yang diperoleh dari kategori dan kutipan verbatim sebagaimana disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 2. Tema, Kategori, dan Contoh Kutipan Verbatim**

Tema	Kategori	Kutipan verbatim
<i>Entertainment social</i> <i>Celebrity worship</i> (Pengidolaan sebagai hiburan dan sarana interaksi sosial)	Ketertarikan awal terhadap K-pop sebagai hiburan	“Awalnya cuma suka lagunya karena enak didengar dan beda dari yang lain.” (P1)
	Konsumsi konten K-pop sebagai pelepas stres	“Kalau capek sekolah, nonton video mereka bikin rileks.” (P3)

Commented [R12]: Gunakan single line spacing, before-after 0pt.

Commented [R13]: Teks penjelasan pada bagian hasil menggunakan uk font 12pt.

Commented [R14]: Italic

<i>Intense Personal Celebrity Worship</i> (Keterikatan emosional mendalam dan identifikasi personal terhadap idola)	Interaksi sosial dengan sesama penggemar	“Aku senang ngobrol sama temen yang satu fandom, jadi ada bahan cerita.” (P2)
	Mengikuti aktivitas idola tanpa tuntutan berlebihan	“Aku ngikutin update mereka, tapi sebatas tahu aja.” (P4)
	Perasaan kedekatan emosional dengan idola	“Kadang ngerasa kayak dekat sama idolaku, walaupun nggak kenal langsung.” (P1)
	Idola sebagai sumber motivasi dan inspirasi	“Kalau lagi males, aku inget perjuangan mereka, jadi semangat lagi.” (P3)
	Empati terhadap kondisi idola	“Kalau idolaku sedih atau sakit, aku kepikiran dan ikut sedih.” (P2)
	Idola sebagai figur panutan	“Aku pengen bisa kerja keras kayak mereka.” (P4)
Kontrol Diri terhadap <i>Celebrity Worship</i> (Batasan dan regulasi diri dalam pengidolaan)	Kesadaran batas antara penggemar dan idola	“Aku sadar mereka itu idola, bukan bagian dari hidup aku.” (P4)
	Pengaturan waktu dan prioritas	“Sekolah tetap nomor satu, K-pop cuma hiburan.” (P2)
	Tidak mengorbankan aktivitas akademik	“Aku nggak pernah sampai bolos atau ninggalin tugas.” (P1)
	Pembatasan finansial	“Aku nggak sampai ngabisin uang buat merch.” (P3)
Sikap terhadap <i>Borderline Pathological Celebrity Worship</i> (Pandangan kritis terhadap perilaku obsesif dan ekstrem)	Penolakan terhadap perilaku sasaeng	“Yang sampai ngikutin ke mana-mana itu menurut aku udah berlebihan.” (P2)
	Penolakan terhadap obsesi tidak realistis	“Aku nggak pernah mikir idolaku bakal jadi milik aku.” (P3)
	Kesadaran akan privasi idola	“Mereka juga manusia yang punya kehidupan pribadi.” (P4)
	Distansi emosional dari perilaku ekstrem	“Aku nggak setuju sama fans yang fanatik berlebihan.” (P1)

## Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku *celebrity worship* pada penggemar K-pop usia remaja dalam penelitian ini didominasi oleh dimensi *entertainment social* dan *intense personal*, sementara indikasi *borderline pathological* tidak ditemukan secara signifikan. Temuan ini sejalan dengan kerangka teori *Celebrity worship* yang dikemukakan oleh McCutcheon et al., (2004), yang menyatakan bahwa sebagian besar penggemar berada pada tingkat adaptif, di mana pengidolaan berfungsi sebagai hiburan dan sarana keterhubungan sosial (McCutcheon et al., 2016).

Pada dimensi *entertainment social*, partisipan memaknai K-pop sebagai sumber hiburan, pelepas stres, serta media untuk membangun relasi sosial dengan teman sebaya. Aktivitas seperti mendengarkan musik, menonton video, dan berdiskusi dengan sesama penggemar menjadi bagian dari keseharian partisipan tanpa mengganggu fungsi akademik maupun sosial. Temuan ini konsisten dengan penelitian Yue & Cheung (2019) yang

Commented [R15]: Teks penjelasan pada bagian pembahasan menggunakan uk font 11pt.

menyebutkan bahwa *celebrity worship* pada level hiburan dapat memberikan manfaat psikologis berupa peningkatan suasana hati, rasa kebersamaan, dan identitas kelompok, khususnya pada remaja. Dalam konteks perkembangan, remaja memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi, sehingga keterlibatan dalam fandom dapat menjadi sarana adaptif untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Stevert, 2011).

Pada dimensi *intense personal*, hasil wawancara menunjukkan adanya keterikatan emosional yang cukup kuat antara partisipan dan idola K-pop. Partisipan mengungkapkan perasaan empati, kedekatan emosional, serta menjadikan idola sebagai sumber motivasi dan inspirasi hidup. Bentuk keterikatan ini masih berada dalam batas wajar dan tidak disertai dengan keyakinan irasional atau delusi. Temuan ini mendukung penelitian Swaminathan et al. (2020) yang menyatakan bahwa *intense personal celebrity worship* sering kali muncul pada remaja sebagai bagian dari proses pencarian identitas diri (*identity formation*). Idola berperan sebagai figur simbolik yang merepresentasikan nilai-nilai ideal, seperti kerja keras, ketekunan, dan kepercayaan diri, yang kemudian diinternalisasi oleh remaja.

Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa keterikatan emosional terhadap idola dapat berdampak positif terhadap regulasi emosi. Partisipan melaporkan bahwa konten K-pop membantu meningkatkan suasana hati dan memberikan motivasi dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Brooks (2021) yang menyatakan bahwa hubungan parasosial dengan figur publik dapat berfungsi sebagai sumber dukungan emosional, terutama ketika individu berada dalam kondisi stres. Namun demikian, dukungan emosional tersebut tetap bersifat satu arah dan simbolik, sehingga penting adanya kesadaran batasan dari penggemar.

Temuan lain menunjukkan adanya kontrol diri yang relatif baik pada seluruh partisipan. Partisipan secara eksplisit menolak perilaku *sasaeng* dan bentuk pengidolaan ekstrem lainnya, seperti mengganggu privasi idola atau mengorbankan kewajiban akademik dan finansial. Sikap kritis terhadap perilaku obsesif ini menunjukkan bahwa partisipan memiliki kesadaran kognitif dan moral yang memadai terkait batas antara idola dan kehidupan pribadi. Hal ini memperkuat temuan Maltby et al. (2006) dan Sansone & Sansone (2014) yang menyatakan bahwa *borderline pathological celebrity worship* umumnya hanya muncul pada individu dengan kerentanan psikologis tertentu, seperti rendahnya kontrol diri, kesepian ekstrem, atau distress emosional yang tinggi.

Tidak ditemukannya indikasi *borderline pathological* dalam penelitian ini juga dapat dipengaruhi oleh faktor konteks sosial dan pendidikan partisipan. Seluruh partisipan merupakan pelajar SMA yang masih memiliki struktur aktivitas harian yang jelas, pengawasan sosial, serta tuntutan akademik yang relatif kuat. Kondisi ini dapat berperan sebagai faktor protektif terhadap berkembangnya *celebrity worship* ke arah patologis. Temuan ini sejalan dengan penelitian terbaru oleh Liebers & Schramm (2019) yang menekankan bahwa lingkungan sosial yang suportif dan keseimbangan aktivitas kehidupan nyata dapat menekan risiko keterikatan parasosial yang tidak sehat.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa *celebrity worship* pada penggemar K-pop usia remaja tidak selalu bermakna negatif. Pada tingkat *entertainment social* dan *intense personal celebrity worship* justru dapat berfungsi sebagai mekanisme adaptif yang mendukung kesejahteraan emosional, motivasi, dan pembentukan identitas diri. Namun demikian, temuan ini juga menggarisbawahi pentingnya literasi psikologis bagi remaja agar mampu mengenali batasan pengidolaan dan mencegah pergeseran menuju bentuk *celebrity worship* yang maladaptif. Oleh karena itu, lingkungan keluarga, sekolah, dan tenaga profesional berperan penting dalam memberikan edukasi terkait pengelolaan ketertarikan terhadap idola secara sehat dan seimbang.

Commented [R16]: Italic

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *celebrity worship* pada penggemar K-pop usia remaja dalam studi ini berada pada tingkat adaptif, yaitu didominasi oleh dimensi *entertainment-social* dan *intense personal*. Remaja memaknai pengidolaan sebagai bentuk hiburan, sarana interaksi sosial, serta sumber motivasi dan dukungan emosional dalam kehidupan sehari-hari. Keterikatan emosional terhadap idola tidak berkembang ke arah perilaku obsesif atau patologis, karena partisipan menunjukkan kesadaran batasan yang jelas antara kehidupan pribadi dan figur idola. Kontrol diri yang baik, pengaturan prioritas akademik, serta sikap kritis terhadap perilaku fanatik ekstrem menjadi faktor penting yang mencegah munculnya *borderline pathological celebrity worship*. Temuan ini menegaskan bahwa *celebrity worship* tidak selalu berdampak negatif, melainkan dapat berfungsi secara positif dalam mendukung kesejahteraan emosional dan pembentukan identitas remaja apabila dikelola secara sehat dan seimbang.

## Daftar Pustaka

- Adhelina Dalimunthe, I., Putri Hariyadi, A., Dwianjani Agustin, S., & Safitri, D. (2022). The role of Korean pop culture in changing the behaviour of teenage K-pop fans among IKOM UNJ students. ICHELSS: International Conference on Humanities, Education, Law, and Social Sciences, 2(1), 95–105. Retrieved from <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/hispisi/article/view/31040>
- Adiesia, K. P., & Sofia, L. (2021). *Gambaran celebrity worship dan psychological well-being pada wanita dewasa awal penggemar Korean Pop*. Psikoneo: Jurnal Ilmiah Psikologi, 7(2), 108–123. <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i4.6826>
- Aurellia, P., & Budiarto, Y. (2024). Explorasi dinamika psikologis dampak celebrity worship pada remaja yang memiliki fan-account. AHKAM: Jurnal Hukum Islam dan Humaniora, 3(4), 781–789. <https://doi.org/10.58578/ahkam.v3i4.4234>
- Brooks, S.K. FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. Curr Psychol 40, 864–886 (2021). <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9978-4>
- Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawati, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Khedun-Burgoine, B. (2019). *The international K-Pop fandom and fandom lexicon: The globalisation of Korean words through social media* (Master's thesis, University of Oxford). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20700.26243>
- Liebers, N., & Schramm, H. (2019). Parasocial interactions and relationships with media characters: An inventory of 60 years of research. Communication Research Trends, 38(2), Article 1. <https://scholarcommons.scu.edu/crt/vol38/iss2/1/>
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and

Commented [R17]: Italic

- 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>
- Maltby, J., McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., & Houran, J. (2004). The self-reported psychological well-being of celebrity worshippers. *North American Journal of Psychology*, 6(3), 441–452.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, 93(1), 67–87. <https://doi.org/10.1348/000712602162454>
- McCutcheon, L.E., Maltby, J., Houran, J., & Ashe, D.D. (2004). *Celebrity Worshipers: Inside the Minds Of Stargazers*. Publish America, ISBN=10: 1413732305.
- McCutcheon, L. E., Aruguete, M. S., Jenkins, W. J., McCarley, N. G., & Yockey, R. A. (2016). An investigation of the relationship between attachment styles and celebrity worship. *North American Journal of Psychology*, 18(1), 129–144.
- Munika, R. (2021). Gambaran *Celebrity worship* Terhadap Idola-Kpop pada Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 4(1), 90-98. <https://doi.org/10.38035/rrj.v4i1.439>
- Sandelowski, M. (2000). Focus on Research Methods: Whatever Happened to Qualitative Description? *Research in Nursing & Health*, 23(4), 334–340.
- Sansone, R. A., & Sansone, L. A. (2014). “I’m your number one fan”—A clinical look at celebrity worship. *Innovations in Clinical Neuroscience*, 11(1–2), 39–43.
- Stever, G. S. (2011). Celebrity worship: Critiquing a construct. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(6), 1356–1370. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2011.00765.x>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Swaminathan, S. (2020). The show must go on: A study on *celebrity worship* during COVID-19. *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*, 2(4), 110–122. <https://al-kindipublisher.com/index.php/jhsss/article/view/279>
- Syawal, M. S. (2023). Parasocial intimacy and fan culture with K-pop artists in Indonesian digital media: A study of fan-idol relationships on social media platforms. *Edunity Kajian Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 2(11), 1383–1393. <https://doi.org/10.57096/edunity.v2i11.181>
- Tashandra, N. (2023, 1 September). Penggemar budaya Korea di Indonesia dinilai tinggi di antara 26 negara. *Kompas.com*. <https://travel.kompas.com/read/2023/09/01/150500827/penggemar-budaya-korea-di-indonesia-dinilai-tinggi-di-antara-26-negara>
- Yue, X. D., & Cheung, C.-k. (2019). *Idol worship in Chinese society: A psychological approach*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315223124>