

Vania

by Asri Mutiara

Submission date: 10-Sep-2023 02:13AM (UTC-0700)

Submission ID: 2161860377

File name: 273-280_Vania.docx (53.64K)

Word count: 3144

Character count: 19816

GAMBARAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA DEWASA AWAL PENGGEAR K-POP

Fransiska Vania*

Fakultas Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Jawa Tengah

Abstrak

Penggemar K-Pop yang ingin selalu dekat dengan seorang idola yang mengarah kepada perilaku disfungsi dan dianggap terlalu ekstrem disebut dengan *celebrity worship*. Dewasa awal terlibat aktif dalam *celebrity worship*, hal ini disebutkan dalam penelitian terdahulu bahwa 75% individu pada usia dewasa awal memiliki ketertarikan yang kuat terhadap *celebrity* dalam kehidupan individu tersebut. Selain itu, penggemar juga dianggap terlalu ekstrem dalam menunjukkan rasa cinta kepada idolanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *celebrity worship* pada dewasa awal penggemar musik K-pop. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, dan observasi terhadap dua penggemar K-Pop. Seluruh responden berjenis kelamin perempuan dan berusia antara 21-25 tahun yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran *celebrity worship* berkaitan dengan reaksi emosi penggemar terhadap idolanya dimana subjek turut merasakan emosi yang dirasakan oleh idolanya, terkait pula dengan proses berpikir tentang idola yang mereka pahami, pikirkan, khayalkan, juga pendapat mereka mengenai idola mereka, serta perilaku sebagai penggemar yang terkait dengan hubungan parasosial dimana subjek rela menghabiskan uang untuk membeli barang-barang terkait idolanya, membuka foto idolanya ketika bosan di kelas, serta kecenderungan untuk selalu dekat dengan idolanya. Adapun implikasi dari penelitian ini adalah dapat memberikan gambaran mengenai pemaafan khususnya dari sudut pandang ilmu Psikologi, sebagaimana pengalaman mengenai *celebrity worship* pada dewasa awal yang menggemari K-Pop.

Kata kunci: *Celebrity Worship, Dewasa Awal, Penggemar K-Pop.*

Abstract

K-Pop fans who want to always be close to an idol which leads to dysfunctional behavior is called *celebrity worship*. Adults are actively involved in *celebrity worship*, it is mentioned in previous research that 75% of individuals at an early age have a strong interest in celebrities in the individual's life. This study aims to determine the description of *celebrity worship in early adulthood K-pop music fans*. The research method used in this study is qualitative research with a phenomenological approach. Data collection was carried out by interview techniques, and observations of two K-Pop fans. female sex and aged between 21-25 years selected by purposive sampling technique. The results show that the image of worship celebrities is related to fans' reactions to their idols where the subject also feels the emotions felt by their idols, is also related to the process of thinking about idols that they understand, understand, imagine, as well as their opinions about their idols, as well as related behavior as fans. with parasocial relationships where the subject is willing to pay money to buy things related to his idol, open photos of his idol when bored in class, and the tendency to always be close to his idol.

Keywords: *Celebrity Worship, Early Adults, K-Pop Fans.*

*Corresponding Author:

Fransiska Vania
Fakultas Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana,
Salatiga
Email: Fransiskavania20@gmail.com

Article History

Submitted: 16 Oktober 2022

Accepted: 24 Agustus 2023

Available online: 15 September 2023

PENDAHULUAN

Globalisasi mempermudah masuknya nilai-nilai serta budaya dari suatu negara ke negara lain, salah satu contoh budaya yang berkembang di berbagai belahan dunia adalah musik Pop Korea atau lebih dikenal dengan K-Pop (Studi et al., 2019). Fenomena demam musik Pop Korea (K-Pop) merupakan hal yang menarik untuk dikaji karena situasi ini memperlihatkan secara nyata begitu besarnya dampak musik K-Pop bagi remaja terkhususnya di Indonesia.

Rasa cinta yang ditunjukkan oleh penggemar ditunjukkan dengan cara yang beragam. Ada penggemar K-Pop yang rela membeli *merchandise*, menabung untuk menonton konser idola (*boyband/ girlband*) favoritnya (Pangerang, 2019). Ada juga penggemar melakukan aksi bunuh diri setelah mendengar kabar salah satu personel *boyband* SHINee yang meninggal dunia (Maulana, 2017). Penelitian (Marlin Benu et al., 2019) mendapatkan hasil bahwa subjeknya menjadi terganggu dalam belajar. Subjek juga sering kali tidak dapat berkonsentrasi karena memikirkan idolanya. Penelitian (Ananda et al., n.d.) menunjukkan bahwa subjek membeli *merchandise* sebagai dukungan mereka terhadap idolanya. Penelitian lain (Almaida et al., 2021) menganggap idolanya sebagai *support system* ketika subjek berada dalam keadaan terpuruk karena gagal melanjutkan studi di tempat yang diinginkan.

Berdasarkan data yang di dapatkan dari (Korean Culture and Information Service., 2011) kepada penggemar K-Pop, sekitar 66%

penggemar berada di usia remaja dan dewasa awal usia 20 tahunan, 18% penggemar berusia 30 tahunan, 8% berusia 40 tahunan, 6% berusia 50 tahunan dan 2 % berusia di atas 60 tahun. Remaja juga merupakan pengguna media sosial paling aktif (Pujasari Supratman et al., n.d., 2018), dan penggemar usia dewasa awal juga tetap aktif dalam menggunakan sosial media.

Dalam mengekspresikan cinta untuk idolanya, penggemar K-Pop kerap dianggap berlebihan, memuja, dan dinilai terlalu *eskترم*, sehingga sering dianggap obsesif, posesif, dan bahkan delusif (Zahrotustianah & Puspitasari, 2017). Perilaku pemujaan ini disebut dengan *celebrity worship* yaitu suatu kecenderungan untuk dekat dengan seorang idola yang mengarah kepada perilaku disfungsional (Rojek, 2012).

Celebrity worship dibagi kedalam tiga tahapan, yakni *entertainment social*, *intense personal feeling* dan *borderline-pathological* (J. , G. D. C. , B. L. , & M. L. E. Maltby, 2005). *Entertainment social* termasuk kedalam kategori menggemari idola dengan normal, sebagai contoh mendiskusikan idola. Kemudian, *intense personal feeling* yaitu merefleksikan peningkatan obsesi pada idola, dimana penggemar selalu memikirkan idolanya setiap saat. Selanjutnya *borderline-pathological* seperti ketika bertemu idolanya, penggemar akan melakukan hal apapun yang untuk dekat dengan idolanya meskipun hal itu dapat membahayakan penggemar maupun idolanya (J. , G. D. C. , B. L. , & M. L. E. Maltby, 2005).

Celebrity worship dipengaruhi oleh faktor kebiasaan individu dalam melihat, mendengar serta

membaca dan mempelajari kehidupan idolanya secara mendalam dan berlebihan. Hal ini dapat menimbulkan sifat empati, identifikasi, obsesi, dan asosiasi yang dapat menimbulkan konformitas (J. , M. L. E. , H. J. , & A. D. D. Maltby, 2004).

Salah satu perilaku *celebrity worship* yang sering ditemui adalah penggemar merasa memiliki ikatan erat dengan idola mereka. Hal ini didukung dengan idola yang sering melakukan interaksi dengan penggemar. Dengan mengadakan siaran langsung melalui aplikasi Instagram, interaksi antara idola dengan penggemar menjadi bertambah karena idola mereka sering memberikan perhatian dengan membacakan komentar dan melakukannya. Namun, tak sedikit penggemar yang salah mengartikan interaksi antara idola dan penggemar. Di dalam dunia K-pop, istilah *sasaeng* sudah sangat familiar. *Sasaeng* adalah penggemar yang sangat terobsesi untuk mengetahui kehidupan pribadi para idola K-pop (Tionardus, 2020). Tak cukup hanya mengetahui informasi dari sosial media, seorang *sasaeng* sering mengikuti seorang idola kemanapun mereka pergi. Perilaku mencintai secara berlebihan juga dapat dilakukan dengan hal lain. Seorang penggemar asal Indonesia berinisial H (Makkl, 2019), mengaku pernah membeli berbagai album *boyband* VIXX hingga 600 unit demi mendapatkan peluang lebih besar memenangkan kesempatan *fansign*, dan memperoleh tanda tangan dari idolanya.

Berdasarkan wawancara awal yang telah penulis lakukan dengan 4 subjek pada 15 Oktober 2021, didapatkan hasil bahwa terdapat beberapa subjek yang mengoleksi album lebih dari 10

buah. Juga saat ada notifikasi konten baru dari idolanya, mereka sesegera mungkin menontonnya. Mereka juga gemar mengunggah di sosial media mengenai informasi seputar idolanya, seperti foto atau *video* yang berkaitan dengan idolanya. Pemaparan mengenai beberapa fenomena *celebrity worship* penggemar musik K-Pop di atas dapat menjelaskan bagaimana besarnya antusiasme penggemar saat idolanya mengeluarkan album baru atau saat akan mengadakan konser. Salah satu subjek mengatakan bahwa idolanya telah membantunya yang hampir melakukan aksi bunuh diri pada tahun 2013.

Celebrity worship dapat dipahami sebagai bentuk pemujaan kepada idolanya. Bentuk pemujaan dilakukan dengan berbagai cara, mulai dari menghabiskan jutaan rupiah untuk membeli *merchandise* K-Pop hingga melakukan percobaan bunuh diri karena idolanya meninggal dunia. Ada juga penggemar yang disebut *sasaeng* yang menguntit idolanya sampai ke kehidupan pribadinya. Pembahasan mengenai *celebrity worship* sangat menarik untuk dikaji lebih lanjut, karena setiap penggemar memiliki gambaran perilaku yang berbeda dalam mengidolakan selebriti. Penelitian ini dilakukan untuk melihat gambaran *celebrity worship* pada remaja dan dewasa awal penggemar K-pop agar ketika menggemari idolanya tetap berada pada porsi yang tidak berlebihan dan cenderung melakukan pemujaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Menurut (Alase, 2017) fenomenologi adalah sebuah metodologi kualitatif yang mengizinkan peneliti menerapkan dan mengaplikasikan kemampuan subjektivitas dan interpersonalnya dalam proses penelitian eksploratori. Peneliti melakukan penelitian terhadap 2 penggemar K-Pop untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam mengenai gambaran *celebrity worship* pada dewasa awal penggemar K-Pop.

Pencarian responden dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sebagai sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono., 2013). Kriteria responden dalam penelitian ini yakni: berusia 18 hingga 40 tahun, selalu melakukan pembelian album saat idolanya melakukan *comeback*, memiliki lebih dari 10 *merchandise*, serta melakukan *streaming music video* K-Pop lebih dari 8 jam dalam satu hari. Akhirnya, peneliti mendapatkan 2 partisipan perempuan yang berusia 23 tahun dan 26 tahun yang sesuai dengan kriteria di atas.

Teknik pengambilan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Menurut (Cresswell, 1998) wawancara merupakan proses komunikasi interaksional antara dua pihak dimana salah satu pihak telah memiliki tujuan yang telah ditentukan sebelumnya atau tujuan yang serius, yang di dalamnya terdapat proses bertanya dan menjawab sebuah pertanyaan.

Pertanyaan disusun melalui *The Celebrity Attitude Scale (CAS)* dari (McCutcheon, 2002) yang akan mengukur tingkat *celebrity worship*, yaitu

entertainment-social, intense-personal feeling, dan borderline-pathological. Sedangkan menurut (Sugiyono., 2013) observasi merupakan suatu teknik atau pengumpulan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi dilakukan dengan partisipatif, dimana peneliti terlibat dalam kegiatan subjek yang sedang diamati atau digunakan sebagai sumber data penelitian seperti datang ke rumah subjek kemudian mengamati kegiatan subjek saat tidak melakukan kegiatan formal seperti sekolah, kuliah, atau bekerja. Teknik analisa data dalam penelitian fenomenologi menurut (Cresswell, 1998) adalah sebagai berikut: peneliti mendeskripsikan secara keseluruhan dari pengalamannya, peneliti menemukan pertanyaan untuk wawancara, melakukan pengelompokan data ke dalam unit-unit makna (*meaning unit*), melakukan deskripsi struktural (*structural description*), dan mengkonstruksikan seluruh penjelasannya mengenai makna dan esensi (*essence*) pengalamannya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi waktu sebagai uji kredibilitas data. Triangulasi teknik dilakukan melalui teknik observasi serta wawancara pada subjek, sedangkan triangulasi waktu dilakukan dengan melakukan pengecekan kembali terhadap data pada waktu dan keadaan yang berbeda.

HASIL

Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi serta telah melalui tahap analisis data dengan menggunakan pendekatan

fenomenologi yang dilakukan terhadap 2 responden, gambaran *celebrity worship* pada dewasa awal penggemar K-Pop berkaitan dengan reaksi emosi, proses berpikir, serta perilaku sebagai penggemar.

Reaksi emosi tergambar ketika idolanya sedang mengalami hal yang buruk atau baik, bahkan ketika meninggal subjek turut merasakan hal tersebut.

"Iya dong. Hampir sama kayak pertanyaan tadi ya. Iya memang. Apapun yang dirasakan perasaan gembira atau gagal pasti tetep ikut merasakan juga." (M. 155-161)

"Em ya itu tadi. Paling sedih sih, kalo merasa gagal juga engga sih. Paling dibawa sedih doang." (M. 192-195)

"Jelas dong, namanya idola itu kan panutan ya. Jadi apa yang dirasain idolaku pasti kita turut empati gitu ya." (K. 142-146)

"Iya dong. Mau baik atau buruknya dia, apalagi bahagia pasti aku akan turut bahagia." (K. 207-210)

Proses berpikir tergambar saat subjek mengikuti berita terkait idolanya, menonton, membaca, atau mendengarkan dan bertemu idolanya secara langsung. Menurutnya, hal ini merupakan hal yang menyenangkan bagi subjek. Bahkan hal itu menjadi salah satu hobi baru baginya walaupun hal tersebut menghabiskan waktu yang lama.

"Iya, jadi kayak aku menemukan hal-hal baru. Jadi kayak menyenangkan ajasih menurutku. Jadi salah satu hobi juga." (M. 258-263)

"Em iya. Aku suka ngikutin." (K. 288)

"Em iya, pasti menyenangkan banget. Aku bisa ngabisin waktu berjam-jam buat cari info mereka doang, gitu." (K. 291-294)

"Iya, itu aku rasa me time sih untuk aku. Kayak ngerasa ada hiburan aja. Kayak mendengarkan informasi tentang idolaku sendiri." (M. 270-275)

"Ya sebisa mungkin, kalo bisa pasti aku dengerin. Ntah itu pake heatset, ntah lagi di jalan gitu ya tetep sih, nggak mau ketinggalan." (M. 282-287)

"Ya contohnya kayak nonton live IG gitu kan nggak lama ya, jadi momen itu aku harus nonton." (M. 290-294)

"Iya walaupun kadang kayak habis nonton atau dengerinnya itu aku merasa kayak terlalu buang-buang waktu tapi aku menikmatinya sih, gitu." (K. 301-306)

Perilaku sebagai penggemar tergambar saat subjek menyadari bahwa hubungan antara dirinya dengan idolanya adalah hubungan sepihak.

"Em kalo hubungan spesial kayaknya cuma dari pihak aku aja sih yang merasa, karena bener-bener nggak pernah ngobrol, ketemu juga nggak pernah. Jadi bener-bener kayak aku aja yang merasa spesial, gitu." (K. 170-177)

Subjek juga pernah berkhayal bahwa suatu hari nanti idolanya akan menjadi kekasihnya ketika ia masih berada di SMA.

"Oh ada haha, ada ada. Em aku kan dulu masih apa masih SMA masih ngehalu Guanlin pacar aku kayak gitu." (K. 199-202)

DISKUSI

Subjek pertama yang berinisial M. Subjek merupakan seorang wanita berusia 25 tahun. Sehari-hari, ia beraktifitas sebagai mahasiswi di salah satu perguruan tinggi negeri di Bogor. Subjek tampak sumringah saat menjelaskan tentang EXO, boyband kesukaannya.

Pada aspek *intense personal feeling*, M mengatakan bahwa idolanya akan mengetahui bahwa ia adalah fansnya ketika mereka bertemu karena idolanya pernah memberi tahu suatu gerakan tubuh atau kode rahasia yang bisa digunakan oleh fans ketika bertemu dengannya dan hanya diketahui oleh fans dan Sehun. M juga merasa bahwa Sehun membantunya melupakan sejenak masalah yang sedang ia hadapi. M pun menuturkan bahwa ia akan merasa senang ketika Sehun sedang bahagia, dan apabila Sehun meninggal ia akan merasa sangat sedih dan merasa down (terpuruk) serta kehilangan moodbooster (penyemangat). M turut menceritakan bahwa ia menyimpan foto Sehun dengan apik di dalam dompet maupun di handphone. M juga senang berbincang dengan orang-orang yang memiliki ketertarikan yang sama dengan Sehun, dan itu merupakan hal yang menyenangkan untuknya. Menurut M, jika ia masuk ke rumah Sehun tanpa diundang, Sehun pasti akan terkejut dan ia memahami bahwa hal itu merupakan perbuatan yang tidak sopan.

Pada aspek *borderline-pathological*, M tidak merasa memiliki hubungan spesial dengan idolanya karena mereka belum pernah berinteraksi secara langsung. Namun, M juga mengatakan bahwa

ia akan merasa sedih ketika idolanya gagal melakukan sesuatu. M mengatakan bahwa ia tidak akan memberikan nyawanya bagi idolanya walau ia sangat menggemari idola tersebut.

Subjek kedua berinisial K. Subjek merupakan seorang wanita berusia 21 tahun. Sehari-hari, ia beraktifitas sebagai mahasiswi di salah satu Universitas di Salatiga, Jawa Tengah. Subjek tampak sumringah saat menjelaskan tentang Wannaone, boyband kesukaannya.

Pada aspek *intense personal feeling*, K mengatakan bahwa jika dia bertemu Guanlin, maka Guanlin pasti akan mengetahui bahwa K adalah fans beratnya karena ia akan berlaku heboh dan riang jika bertemu Guanlin. Kemampuan Guanlin dalam melakukan rapping, acting, dan visualnya yang tampan membuat Guanlin sempurna bagi K. Dengan mengidolakan Guanlin, K merasa kehadiran Guanlin dapat membantunya menghilangkan stress. Ketika Guanlin mengalami hal buruk, K turut merasa sedih, pun ketika Guanlin merasa sedih atau bahagia, K turut merasakannya. Ketika idolanya meninggal, K merasa ia akan sangat sedih karena sosok yang pernah membuatnya bahagia ketika ia sedang dilanda masalah telah pergi untuk selamanya. Jika dalam suatu kesempatan ada seseorang yang memberikan K uang dalam jumlah yang terbilang besar, K akan menggunakannya untuk membeli barang-barang Wannaone yang tidak sempat ia beli dahulu. K memiliki foto Guanlin sebagai penyemangatnya yang diletakkan di meja belajar. K senang mengikuti berita terkait Guanlin, dan itu merupakan hal yang menyenangkan bagi K.

Menonton, membaca, dan mendengar hal-hal terkait Guanlin adalah hal yang menyenangkan bagi K walau menurutnya hal itu sangat membuang waktunya. Datang ke rumah Guanlin tanpa di undang akan membuat Guanlin tidak nyaman, menurut K. Ia juga memiliki semacam kode rahasia dengan idolanya. Berkunci didalam ruangan bersama dengan idolanya adalah hal yang menyenangkan bagi K.

Pada aspek *borderline-pathological*, K merasa tidak ada hubungan spesial antara dirinya dan Guanlin karena ia tidak pernah bertemu dengan idolanya tersebut. K juga menyadari bahwa hubungan antara dirinya dengan Guanlin adalah hubungan sepihak. Berbicara dengan orang-orang yang memiliki ketertarikan yang sama dengan Guanlin adalah hal yang menyenangkan bagi K. Ia pun mengatakan bahwa ia tidak akan memberikan nyawanya kepada Guanlin walaupun ia sangat mencintainya. K mengatakan bahwa ketika ia mengantuk, ia memikirkan Guanlin kemudian ia akan mengambil handphonenya kemudian ia membuka foto Guanlin.

Data yang didapat dari subjek pertama dan kedua sesuai dengan aspek menurut (J. , G. D. C. , B. L. , & M. L. E. Maltby, 2005) karena berkaitan definisi aspek menurut tokoh tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa gambaran pemujaan berkaitan dengan reaksi emosi penggemar terhadap idolanya dimana subjek turut merasakan keberhasilan idolanya yang membuat bahagia maupun

kegagalan yang membuat sedih, terkait pula dengan proses berpikir tentang idola yang mereka pahami, pikirkan, khayalkan, juga pendapat mereka mengenai idola mereka, serta perilaku sebagai penggemar yang terkait dengan hubungan parasosial dimana subjek rela menghabiskan uang untuk membeli barang-barang terkait idolanya, membuka foto idolanya ketika bosan di kelas, serta kecenderungan untuk dekat dengan idolanya.

Penggemar diharapkan dapat memahami pengaruh *celebrity worship* seperti berperilaku dan mencintai idola secukupnya, serta memahami bahwa seorang idola juga memiliki privasi yang harus dihargai. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah kurangnya jumlah partisipan, sedikitnya waktu yang disediakan oleh partisipan sehingga peneliti kekurangan waktu dalam melakukan wawancara serta kedua partisipan yang merupakan seorang wanita menyebabkan penelitian hanya melihat dari sudut pandang wanita. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah partisipan, dan meneliti partisipan pria yang mungkin akan memberikan variasi informasi dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alase, A. (2017). The Interpretative Phenomenological Analysis (IPA): A Guide to a Good Qualitative Research Approach. *International Journal of Education and Literacy Studies*, 5(2), 9. <https://doi.org/10.7575/aiac.ijels.v5n2p.9>
- Almida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl k-pop. *Cognicia*, 9(1), 17-24. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>

GAMBARAN CELEBRITY WORSHIP PADA DEWASA AWAL PENGGEMAR K-POP

Fransiska Vania

- Ananda, M., Hadi, N., Harda, N., & Meiji, P. (n.d.). Di balik perilaku konsumtif NCTZEN dalam pembelian merchandise NCT (studi kasus komunitas NCTzen Malang). *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(9), 1011–1026.
<https://doi.org/10.17977/um063v1i92021p1011-1026>
- Cresswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry & research design choosing among five tradition*. Sage Pub.
- Korean Culture and Information Service. (2011). *The korean wave: a new pop culture phenomenon*. . Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports, and Tourism.
- Makki, S. (2019, February 3). *Rela habiskan jutaan demi 'senang' ala fan K-Pop*. . CNN Indonesia. .
- Maltby, J. , G. D. C. , B. L. , & M. 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.
- Maltby, J. , M. L. E. , H. J. , & A. D. D. (2004). *Celebrity worshippers: inside the minds of stargazers*. . Publish America.
- Marlin Benu, J. Y., Takalapeta, T., Nabit, Y., Studi Psikologi, P., & Kesehatan Masyarakat, F. (2019). Perilaku Celebrity Worship pada Remaja Perempuan. In *Journal of Health and Behavioral Science* (Vol. 1, Issue 1).
- Maulana, Y. (2017, December 20). *Dua fans di Indonesia dikabarkan mencoba bunuh diri usai Jonghyun SHINee meninggal, kisahnya viral!* Tribunnews.Com.
- McCutcheon, L. E. ,& M. J. (2002). Personality attributions about individuals high and low in the tendency to worship celebrities. . *Current Research in Social Psychology*, 7(19), 1–15.
- Pangerang, A. M. K. (2019, September 26). *EXO konser di Indonesia November 2019, cek harga tiketnya..* Harian Kompas.
- Pujasari Supratman, L., Telekomunikasi Nomor, J., & Barat, J. (n.d.). *Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native*.
- Rojek, C. (2012). *Fame attack: the inflation of celebrity and its consequences*. . Bloomsbury Publishing Inc.
- Studi, P., Psikologi, S., Kedokteran, F., Putri, D., Dewi, K. S., Komang, D., & Indrawati, R. (2019). Gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali. In *Jurnal Psikologi Udayana* (Vol. 6, Issue 2).
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan r&d*. Alfabeta.
- Tionardus, M. (2020, January 24). *Mengenal sasaeng, fans garis keras K-Pop yang ganggu kehidupan pribadi idol..* Kompas.Com.
- Zahrotustianah & Puspitasari, R. (2017, January 24). *7 konser K-Pop ini bikin merinding..* Viva.

Vania

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

5%

★ jurnal.radenfatah.ac.id

Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8