

NASKAH PUBLIKASI SKRIPSI

HUBUNGAN ANTARA PEMUJaan SELEBRITI KPOP IDOL DENGAN
TINGKAT KEBAHAGIAAN PADA PEREMPUAN REMAJA AKHIR



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
YOGYAKARTA

Oleh:

Renata Dania Vidyasasti

NIM: 210810046

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Renata Dania Viydasasti
NIM : 210810046
Fakultas / Prodi : Psikologi / Psikologi
Jenis : Skripsi
Judul : HUBUNGAN ANTARA PEMUJaan SELEBRITI
KPOP IDOL DENGAN TINGKAT KEBAHAGIAAN
PADA PEREMPUAN REMAJA AKHIR

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis berupa skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di Universitas Mercu Buana Yogyakarta maupun Perguruan Tinggi lainnya.
2. Memberikan hak bebas royalti kepada perpustakaan UMBY atas penulisan karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
3. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan / mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk *softcopy* untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UMBY, tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

4. Bersedia menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UMBY, dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat sesungguhnya dan semoga dapat digunakan semestinya.

Yogyakarta, 5 Juli 2025

Yang menyatakan,

Renata Dania Vidyasasti

HUBUNGAN ANTARA PEMUJAAAN SELEBRITI KPOP IDOL
DENGAN TINGKAT KEBAHAGIAAN PADA PEREMPUAN REMAJA
AKHIR

*RELATIONSHIP BETWEEN KPOP IDOL CELEBRITY WORSHIP AND
HAPPINESS LEVELS AMONG LATE ADOLESCENT FEMALES*

Renata Dania Vidyasasti, Moordiningsih

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email: renatadaniavidyasasti@gmail.com

ABSTRAK

Masa remaja akhir merupakan periode transisi menuju kedewasaan. Dalam masa transisi ini banyak dari remaja yang mengalami penurunan kebahagiaan. Penurunan kebahagiaan ini dapat disebabkan oleh beberapa hal seperti kesepian, teknologi digital dan kesepian. Salah satu cara yang banyak dipilih remaja untuk mengatasi ketidakbahagiaan tersebut adalah melalui kegiatan pemujaan selebriti, khususnya idola K-Pop. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perilaku pemujaan selebriti Kpop Idol dengan tingkat kebahagiaan pada perempuan remaja akhir. Selain itu, hipotesis yang diajukan adalah bahwa tingkat pemujaan selebriti berbanding lurus dengan tingkat kebahagiaan pada perempuan remaja akhir. Subjek penelitian adalah perempuan remaja akhir yang berdomisili di Pulau Jawa. Data dikumpulkan menggunakan platform Google Form dan dianalisis dengan teknik *product moment*. Skala kebahagiaan merupakan *The PERMA Profiler* merupakan adopsi dari Elfida, dkk (2021) dan skala pemujaan selebriti dari Sari & Rahmalia (2025). Hasil penelitian pada 161 subjek menunjukkan adanya korelasi positif sebesar 0,718 dengan nilai kontribusi sebesar 51,6% antara pemujaan selebriti dan kebahagiaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemujaan selebriti dapat menjadi faktor pendukung kebahagiaan pada remaja perempuan akhir.

Kata kunci: Kebahagiaan, Celebrity Worship, Remaja Akhir, Kpop

ABSTRACT

Late adolescence is a period of transition to adulthood. In this transition period, many adolescents experience a decrease in happiness. This decrease in happiness can be caused by several things such as loneliness, digital technology and loneliness. One way that many teenagers choose to overcome this unhappiness is through celebrity worship activities, especially K-Pop idols. This study aims to determine the relationship between Kpop Idol celebrity worship behavior and the level of happiness in late adolescent women. In addition, the hypothesis proposed is that the level of celebrity worship is directly proportional to the level of happiness in late adolescent women. The research subjects were late adolescent females residing in Java Island. Data were collected using the Google Form platform and analyzed using the product moment technique. The happiness scale is The PERMA Profiler adopted from Elfida, et al (2021) and the celebrity worship scale from Sari & Rahmalia (2025). The results of the study on 161 subjects showed a positive correlation of 0.718 with a contribution value of 51.6% between celebrity worship and happiness. This finding indicates that celebrity worship can be a supporting factor for happiness in late adolescent girls.

Keywords: Happiness, Celebrity Worship, Late Adolescents, Kpop

PENDAHULUAN

Kebahagiaan kaum muda secara global menunjukkan tren yang mengkhawatirkan. Laporan seperti *The World Happiness Report 2024* menyoroti penurunan dramatis tingkat kebahagiaan pada individu di bawah usia 30 tahun, sebuah fenomena yang diperkuat oleh temuan NBER (*National Bureau of Economic Research*) yang mengaitkannya dengan peningkatan depresi dan tekanan psikologis. Kondisi ini menjadi perhatian khusus pada kelompok perempuan remaja akhir (usia 18-21 tahun), yaitu sebuah fase transisi krusial yang sarat akan perubahan kognitif, emosional, dan perkembangan identitas (King, 2010). Akibatnya, banyak dari mereka yang secara aktif mencari sumber-sumber kebahagiaan alternatif untuk

menavigasi tantangan pada periode ini.

Sebagai respons terhadap kebutuhan tersebut, fenomena budaya penggemar (*fandom*), khususnya pada Korean Pop (K-Pop), telah menjadi sumber dukungan emosional yang signifikan. Aktivitas yang populer disebut *fangirling* ini sering kali dianggap oleh para pelakunya berfungsi sebagai *mood booster* dan mekanisme koping yang efektif untuk mengatasi stres dan emosi negatif. Keterlibatan dalam aktivitas terkait idola, seperti mendengarkan musik atau menonton konten, dilaporkan memberikan rasa nyaman dan kegembiraan yang instan bagi para penggemar.

Secara konseptual, fenomena ini dapat dipahami melalui kerangka *celebrity worship*, yaitu sebuah keterlibatan parasosial yang intens

dan bersifat emosional dengan figur publik (McCutcheon, 2002). Sejumlah penelitian awal di konteks Indonesia telah mengindikasikan adanya hubungan positif antara *celebrity worship* dengan aspek kesejahteraan psikologis (Sheren Tansy & Meike Kurniawati, 20XX) serta perannya sebagai sistem pendukung saat subjek mengalami kesedihan (Sandy Agum G, Risa Almaida, & Azmi L, 2021). Temuan-temuan ini sejalan dengan kerangka teoretis kebahagiaan yang menekankan pentingnya emosi positif, keterlibatan, dan relasi sebagai komponen utama kesejahteraan individu (Seligman, 2012).

Meskipun demikian, literatur yang ada masih menyisakan celah penelitian yang signifikan. Pertama, masih terbatas penelitian yang secara

spesifik berfokus pada kelompok perempuan remaja akhir, padahal kelompok ini sangat rentan mengalami stres akibat transisi menuju kedewasaan. Kedua, riset yang ada cenderung mengeksplorasi aspek permukaan dari *fangirling*, sementara pemahaman mengenai motivasi psikologis yang mendalam dan perannya sebagai strategi koping dalam konteks kebahagiaan masih belum banyak tergal.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji hubungan antara pemujaan selebriti K-Pop dengan tingkat kebahagiaan pada perempuan remaja akhir. Penelitian ini dianggap penting untuk memberikan kontribusi teoretis mengenai fenomena psikologis di era digital serta implikasi praktis bagi remaja, orang tua, dan pendidik dalam

memahami dan mengelola aktivitas penggemar secara sehat. Dengan demikian, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan: Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara pemujaan selebriti K-Pop dengan tingkat kebahagiaan pada perempuan remaja akhir?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan populasi penelitian adalah remaja Perempuan akhir dengan rentang usia 18-21 tahun yang tersebar di seluruh Pulau Jawa dan memiliki ketertarikan terhadap KPop. Dari populasi tersebut terkumpul responden sebanyak 161 subjek. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *snowball sampling* dan *purposive sampling*. Pengambilan sampel dengan *purposive sampling* bertujuan untuk memastikan subjek

memenuhi kriteria tertentu. Selanjutnya, *snowball sampling* digunakan untuk memperluas jangkauan sampel, dimana partisipan awal diminta untuk merekomendasikan calon partisipan lain yang memenuhi kriteria. Kemudian, Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diadopsi dari Elfida, D., et al. (2021) dan Sari, D. M., Izzah, L., & Rahmalia, R. (2025). Analisis data menggunakan analisis korelasi *product moment* untuk menguji hubungan antara pemujaan selebriti dengan tingkat kebahagiaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada 161 subjek Perempuan remaja akhir yang tersebar di Pulau Jawa dengan pembagian provinsi DIY sebanyak 30,4%, Jawa Tengah 23,6%, Jawa

Barat 16,1%, Jawa Timur 9,3% dan terakhir provinsi Banten 8,7%. Dari sebaran lokasi tersebut ditemukan pula sebaran usia dengan usia 21 tahun sebanyak 48,4%, 20 tahun 26,1%, 19 tahun 13,7% dan 18 tahun 11,8%. Kemudian, terdapat pula sebaran data pekerjaan pada subjek yaitu sekolah 8,7%, kuliah 73,3%, bekerja 16,1% dan lainnya 1,9%.

Berdasarkan hasil kategorisasi subjek pada skor pemujaan selebriti diketahui bahwa tingkat pemujaan selebriti dengan kategori rendah berjumlah 11 subjek (6,8%), tingkat dengan kategorisasi sedang berjumlah 38 subjek (23,6 %), dan tingkat dengan kategori tinggi berjumlah 112 subjek (69,6 %). Berdasarkan hasil kategorisasi pada skor skala pemujaan selebriti dapat disimpulkan bahwa sebagian besar perempuan

remaja akhir memiliki skor pemujaan selebriti yang tinggi.

Skor	Kategorisasi	Jumlah	%
$X < 46$	Rendah	11	6,8
$46 \leq X < 69$	Sedang	38	23,6
$X \geq 69$	Tinggi	112	69,6

Kemudian, berikut ini adalah kategorisasi pada variable kebahagiaan:

Skor	Kategori	Jumlah	%
$X < 73,4$	Rendah	5	3,1
$73,4 \leq X < 146,6$	Sedang	47	29,2
$X \geq 146,6$	Tinggi	109	67,7

Berdasarkan hasil kategorisasi subjek pada skor kebahagiaan diketahui bahwa tingkat kebahagiaan dengan kategori rendah berjumlah 5 subjek (3,1%), tingkat dengan kategorisasi sedang berjumlah 47 subjek (29,2 %), dan tingkat dengan kategori tinggi berjumlah 109 subjek (67,7 %). Berdasarkan hasil kategorisasi pada skor skala kebahagiaan dapat disimpulkan bahwa sebagian besar perempuan remaja akhir memiliki tingkat kebahagiaan yang tinggi

Selanjutnya, setelah dilakukannya uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov (KS-Z) ditemukan bahwa skor normalitas berada pada 0.166 untuk variabel kebahagiaan dan 0.124 pada variabel pemujaan selebriti. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data termasuk dalam kategori tidak normal.

Kemudian, dalam uji linearitas yang dilakukan ditemukan bahwa nilai $F = 183,754$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0.050$). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara pemujaan selebriti dengan kebahagiaan merupakan hubungan yang linier. Uji hipotesis yang dilakukan ditemukan pula bahwa hasil analisis korelasi *product moment* pada penelitian ini memiliki nilai korelasi (r_{xy}) = 0.718 dan nilai signifikansi (p) = 0.001 ($p < 0.050$) yang berarti hipotesis pada penelitian

ini dapat diterima, yaitu adanya hubungan positif antara pemujaan selebriti kpop idol dengan tingkat kebahagiaan pada perempuan remaja akhir. Dengan adanya hubungan yang positif tersebut, maka hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemujaan selebriti kpop idol yang dilakukan maka semakin tinggi pula kebahagiaan pada perempuan remaja akhir. Begitu pula sebaliknya, apabila semakin rendah pemujaan selebriti kpop idol maka semakin rendah pula tingkat kebahagiaannya.

Hipotesis yang diterima dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pemujaan selebriti menjadi salah satu factor yang dapat mempengaruhi kebahagiaan. Perempuan remaja akhir yang melakukan pemujaan selebriti memiliki korelasi dengan tingkat kebahagiaannya. Hal ini didukung dengan penelitian dari

Janati & Qodariah (2021) yang menemukan bahwa hasil dari *subjective wellbeing* para penggemar NCT di Bandung memiliki hasil yang tinggi dikarenakan banyak dari para penggemar memiliki kemampuan mudah berinteraksi dengan orang lain, dimana hal tersebut merupakan salah satu faktor yang dapat membuat SWB seseorang tinggi.

Menurut McCutcheon (2002) pemujaan selebriti memiliki tiga aspek didalamnya yaitu *entertainment social*, *intense personal feeling* dan *borderline pathological*. Aspek pertama, *entertainment social* (hiburan sosial) yang mana memandang idola sebagai hiburan sosial dan dengan demikian pula individu akan tertarik untuk mendapatkan informasi terbaru tentang selebriti mereka termasuk kehidupan pribadinya. Individu-

individu yang gemar membicarakan selebriti sebagai ekspresi ketertarikan biasanya memiliki sebuah komunitas atau *fandom*. Ketiak individu berada dalam sebuah komunitas yang sama maka didalamnya akan tercapai interaksi satu sama lain baik secara online maupun offline. Interaksi inilah yang kemudian membentuk dukungan antara anggota komunitas. Penelitian yang dilakukan oleh Nidaussa'idah & Nuqul (2025) menemukan bahwa dukungan sosial online berdampak positif pada kesejahteraan psikologis terutama dengan mengurangi gejala stres, kecemasan, serta meningkatkan perasaan keterhubungan dan validasi sosial.

Selanjutnya, pada aspek yang kedua *intense personal feeling* menekankan pada perasaan pribadi yang intens dimana memikirkan

tentang selebriti yang disukai, meskipun orang tersebut tidak ingin memikirkan tentang selebriti tersebut. Perilaku impulsif dan kompulsif terlihat dalam segala hal yang berhubungan dengan bintang idolanya. Penggemar K-pop yang sudah mencapai tahap ini tidak akan ragu untuk membeli album atau produk terkait idola. Namun, pada aspek ini individu dapat merasakan kesenangan yang merupakan salah satu bentuk emosi positif. Berdasarkan penelitian dari Dewinta & Juwandi (2023) menemukan bahwa fans KPop tidak hanya mencari hiburan, namun juga mengalami perasaan yang mendalam terhadap idolanya, seperti merasakan kebahagiaan dan kesedihan atas peristiwa yang dialami oleh idolanya. Perasaan intens ini seringkali membawa kebahagiaan, motivasi dan

rasa puas yang merupakan bagian dari emosi positif.

Aspek yang ketiga adalah *borderline pathological*. *Borderline pathological* merupakan pemikiran individu yang tidak rasional dan tidak terkendali terhadap idola. Individu akan rela melakukan apa saja, termasuk perilaku ilegal terhadap idola favoritnya.. Dalam fase ini pula disebut dengan fanatisme. Aspek ini seringkali memberikan kebahagiaan yang bersifat intens dan sementara. Penelitian Nurhadi & Susanti (2023) menemukan bahwa *borderline pathological* merupakan level tertinggi dalam *celebrity* worship. Meskipun hal ini menunjukkan kurangnya control diri dan kecenderungan irasional, penggemar juga dapat mengalami kebahagiaan intens dan keterikatan tersebut

walaupun hanya bersifat sementara dan beresiko.

KESIMPULAN

Pada penelitian ini ditemukan bahwa kebahagiaan merupakan hal yang kompleks yang tidak hanya melibatkan emosi positif, tetapi juga keterlibatan, hubungan sosial yang bermakna, makna hidup, dan pencapaian, sebagaimana dijelaskan dalam model PERMA oleh Seligman (2011). Begitu pula dengan pemujaan selebriti yang dilakukan oleh individu merupakan sebuah kegiatan yang dapat meningkatkan suasana hati, memberikan dukungan emosional dan menjadi cara yang efektif untuk mengatasi stress dan perasaan negative dengan kegiatan seperti menonton, mendengarkan lagu, dan berinteraksi dalam komunitas penggemar, para remaja merasakan

peningkatan suasana hati dan kebahagiaan yang sangat berarti.

Penelitian ini mencakup responden sebanyak 161 orang yang tersebar di seluruh provinsi Pulau Jawa dan ditemukan bahwa kategori pemujaan selebriti berada pada kategori tinggi dimana sebanyak 69,6%, kemudian pada variabel kebahagiaan berada kategori tinggi pula sebanyak 67,7%. Selanjutnya, pada nilai kontribusi pemujaan selebriti sebesar 51,6% pada tingkat kebahagiaan. Namun, dari nilai kontribusi tersebut masih terdapat 48,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Nilai korelasi yang didapatkan pun sebesar 0,718 dengan $p=0,001$ ($p<0,05$) yang mana menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara pemujaan selebriti dengan tingkat kebahagiaan pada perempuan remaja akhir

SARAN

1. Bagi subjek

Berdasarkan hasil dari kategorisasi pada variabel pemujaan selebriti menunjukkan berada pada kategori tinggi. Hal membuktikan bahwa pemujaan selebriti dapat berkontribusi pada kebahagiaan seseorang. Maka, individu yang merasa kurang bahagia dapat mencoba dengan melakukan pemujaan selebriti terutama pada kpop idol karena sudah terbukti dalam penelitian ini bahwa pemujaan selebriti dapat meningkatkan kebahagiaan individu terkhususnya remaja akhir.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, jika memiliki ketertarikan dengan penelitian yang serupa alangkah baiknya jika peneliti benar-benar mempersiapkan pemilihan dan

pengambilan data subjek. Seperti persiapan terjun langsung kedalam fandom-fandom KPop dari jauh-jauh hari lagi sehingga dapat lebih membaur dengan anggota komunitas sehingga dapat mempermudah pengambilan data yang akan dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, D.N. (2024). *Hubungan Fangirling dengan Prokrastinasi Akademik Mahasiswa Prodi Bimbingan Konseling Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*. Skripsi. Fakultas Dakwah. Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Ananda, D. (2021). *Hubungan Antara Kebahagiaan dengan Penyesuaian Diri pada Mahasiswa Suku Sakai di Kota Pekanbaru*. Skripsi. Fakultas Psikologi. Pekanbaru: Universitas Islam Riau
- Ang, C. S., & Chan, N. N. (2018). Adolescents' views on celebrity worship: A qualitative study. *Current Psychology*, 37, 139–148.

- Avianti, W., dkk. (2023). *Metode Penelitian (Dasar Praktik dan Penerapan Berbasis ICT)*. PT. Mifandi Mandiri Digital.
- Barrang, P. (2022). *CELEBRITY WORSHIP PADA PENGGEMAR KPOP BERDASARKAN DEMOGRAFI* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BOSOWA).
- Cacioppo, J. T., & Cacioppo, S. (2018). Loneliness and health: Potent inducers of gene expression and disease. *Perspectives on Psychological Science*, 13(2), 220–229.
- Candra, R. (2018). *Peranan Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Pelalawan Terhadap Perlindungan Perempuan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Chen, O., dkk. (2022). Borderline pathological celebrity worship and impulsive buying intent: Mediating and moderating roles of empathy and gender. *Frontiers in Psychology*, 13, 823478.
- Compton, W. C., & Hoffman, E. (2020). *Positive Psychology: The Science of Happiness and Flourishing* (3rd ed.). SAGE.
- Dewinta, G. A. D., & Juwandi. (2023). Celebrity worship among K-Pop fans. *International Conference on Psychology (ICoP)*, 1(1), 1-10.
- Effendy, N., & Subandriyo, H. (2017). Tingkat flourishing individu dalam organisasi PT X dan PT Y. *Jurnal Experientia*, 5(1), 1–17.
- Emmons, R. A., & McCullough, M. E. (2002). Counting blessings versus burdens: An experimental investigation of gratitude and subjective well-being in daily life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(2), 377–389.
- Fakaon, A., & Wattananonsakul, S. (2025). The effect of celebrity worship on psychological well-being among early adulthood fandom: The mediating role of social identity, escape of stressors, and purpose in life. *The Asian Conference on Psychology & the Behavioral Sciences 2025 Official Conference Proceedings*, 431–438.
- Field, A. (2024). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (6th ed.). SAGE Publications.

- Fitriana, M. (2019). Hubungan kontrol diri dengan pemujaan terhadap idola pada remaja penggemar k-pop. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 450-456.
- Gergorić, M. *Fangirls: Power-Relations and Commodification*.
- Ghazaly, V. A., Hastuti, R., & Chandhika, J. (2025). Studi korelasi celebrity worship dan kualitas hidup pada penggemar K-pop berusia dewasa awal yang menggunakan aplikasi X. *Phronesis: Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 14(1), 8-19.
- Ghufron, N.M. (2020). *Psikologi Kebahagiaan: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Lontar Digital Asia.
- Gumelar, S.A., Almaida, R., Laksmiwati, A.A. (2021). Dinamika Psikologis *Fangirl* K-Pop. *Jurnal Cognicia*, 9(1), 17-24.
- Hayati, K., & Afriani, A. L. (2022). Identity Construction of Fans: Virtual Community Through Chat Room LINE (Case Study EXO-L Bandung Community). *Journal of Communication and Public Relations*, 2(1), 47-55.
- Hidayat, N. A., Laras, D., Ritonga, H.K.K., Fariha, N.F. (2024). Pengaruh *Fangirling* Kpop Idol terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa S1 di Universitas Mercu Buana Yogyakarta Kampus 3. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4(1), 6-12.
- Halcombe, M. (2024). *Are married people happier than those who are not? A new poll has answers*. In CNN. CNN. Retrieved April 30, 2024, from <https://edition.cnn.com/2024/02/09/health/marriage-happiness-wellness/index.html>
- IDN Times. (2019). *Kekuatan Ekonomi Fans Kpop di Indonesia* [X]. Retrieved Mei 09, 2025, from <https://x.com/IDNTimes/status/1101786511433854976>
- Janati, N.N., Qodariyah, Siti. (2021). Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap *Subjective Well Being* pada Penggemar NCT di Bandung. *Jurnal Psikologi*, 7(2), 225-231.
- KEBAHAGIAAN, H. A. K. D. D., & ROSARI, O. F. FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS SEMARANG SEMARANG.
- King, L. A. (2010). *Psikologi umum: Sebuah pandangan apresiatif* (1st ed.). Salemba Humanika.
- Kamilah, A. N., & Rahmasari, D. (2023). Hubungan antara regulasi emosi dengan kebahagiaan pada remaja madya. *Character: Jurnal*

- Penelitian Psikologi*, 10(2), 640-656.
- Kumalasari, D., Yasa, I.G.W.M. (2020). Pengaruh Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kebahagiaan Negara di Dunia. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 9(5), 963-992.
- Leba, E. E. (2025, March 14). Mengapa kaum muda sekarang kurang bahagia? *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/artikel/mengapa-kaum-muda-sekarang-kurang-bahagia>.
- Lin, Y.-C., & Lin, C.-H. (2007). Impetus for worship: An exploratory study of adolescents' idol adoration behaviors. *Adolescence*, 42(167), 575–588.
- Lyubomirsky, S., King, L., & Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success?. *Psychological bulletin*, 131(6), 803.
- Mad, Nik S.N., Yunus, Marzuki, Md., Azziz, Muhammad S.A. (2021). Aspek dan Penilaian Kesejahteraan Subjektif: Kebahagiaan, Kegembiraan, Kepuasan dan Kualitas Hidup. *Jurnal Pengajian Melayu*, 32(2), 95-112.
- Maharani, D. (2015). *Tingkat Kebahagiaan (Happiness) pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi. Program Studi Bimbingan Konseling. Yogyakarta:Universitas Negeri Yogyakarta.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, 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.
- MALTBY, J., HOURAN, J., & MCCUTCHEON, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29.
- Muhammad, W. A. (2013). Fenomena hallyu (gelombang Korean-Pop/K-Pop) dan dampaknya di Indonesia. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 15(1), 201-212.
- Mutawalli, M., Suryani, N., & Wulandari, D. (2020). Profile of celebrity worship tendency among adolescents. *Jurnal Edukasi dan Humaniora*, 8(1), 61-68. <https://ejournal.upi.edu/ind>

[ex.php/JEHR/article/view/2976](https://ejournal.uin-suka.ac.id/index.php/JEHR/article/view/2976)
1.

- Naila, S. A., Kusuma, R. S., Sos, S., & Kom, M. I. (2022). " *FENOMENA PERILAKU FANGIRLING MAHASISWI PENGGEMAR K-POP DISAAT PANDEMI*" (*Fangirling Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi UMS Selama Masa Pandemi*) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Nidaussa'idah, R., & Nuqul, F. L. (2025). Sistematis Literatur Review: Dukungan Sosial Online Berdampak Positif Pada Kesehatan Mental. *Journal of Psychology and Social Sciences*, 3(1), 1-11.
- Noviani, A. (2023). *Fanatisme Penggemar K-Pop (Studi atas Perilaku Konsumtif pada NCTzen di Kota Bogor)* (Bachelor's thesis, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Nurhadi, D., & Susanti, R. (2023). Hubungan celebrity worship dengan subjective well-being pada penggemar K-pop di kota Banyumas. *Psychoidea: Jurnal Psikologi*, 10(2), 120-130
- Nuzula, F., Silviana, S., & Satiti, N. (2023). Hubungan Strategi Koping Fangirling terhadap Tingkat Stres Mahasiswi. *The Indonesian Journal of Health Science*, 15(1), 37-45.
- Nurani, N. (2019, March 14). Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan Bumbu Remaja. *Kumparan*.
<https://kumparan.com/kumparan-k-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja/full>.
- Patnani, M. (2012). Kebahagiaan pada perempuan. *Jurnal Psikogenesis*, 1(1), 55-68.
- PINARSIH, C., & Triyono, T. (2023). *HUBUNGAN ANTARA CELEBRITY WORSHIP DENGAN CYBERBULLYING PADA REMAJA PEREMPUAN PENGGEMAR KPOP FANDOM ARMY DI SOLO RAYA* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Ristiarni, C.N. (2023). *Hubungan Celebrity Worship Dengan Citra Tubuh Pada Mahasiswi Penggemar K-Pop Di UIN Ar-Raniry Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Riyani, S. D. (2023). *Self-Disclosure Fanboy ARMY BTS* (Doctoral dissertation, Universitas Islam 45" Bekasi").
- Rusyda, M.I., Siagian, T.H. (2023). Analisis Hubungan Tingkat Kebahagiaan dengan Kualitas

- Lingkungan dan Pembangunan teknologi Informasi. *Jurnal Litbang Sukowati: Media Penelitian dan Pengembangan*, 7(1), 81-91.
- Sari, D. M., Izzah, L., & Rahmalia, R. (2025). Celebrity Worship dan Perilaku Konsumtif pada Remaja Penggemar K-Pop di Kota Pekanbaru. *Proceedings Diniyyah Pekanbaru*, 1(1), 62-72.
- Sari, N. M., & Rahman, F. (2023). The relationship between spiritual intelligence and psychological well-being in young adults. *Journal of Psycho-Spiritual Studies*, 1(1), 10-18.
- Santrock, J. W. (2011). *Life-Span Development* (13th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Sekarini, A., Hidayah, N., & Hayati, E. N. (2020). Konsep dasar flourishing dalam psikologi positif. *PSYCHO IDEA*, 18(2), 124–134.
- Seligman, M. E. P. (2002). *Authentic Happiness: Menciptakan Kebahagiaan dengan Psikologi Positif*. Terjemahan. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Seligman, M. (2013). *Beyond authentic happiness: Menciptakan kebahagiaan sempurna dengan psikologi positif*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Siegel, D. J. (2010). *The mindful brain: Reflection and attunement in the cultivation of well-being*. W. W. Norton & Company.
- Silviana., dkk. (2023). Hubungan Strategi Koping *Fangirling* terhadap Tingkat Stres Mahasiswi. *The Indonesian Journal of Health Science*, 15(1), 38.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Tanjung, A.R., dkk. (2023). Konsep Kebahagiaan Menurut Psikologi Positif. Diakses pada 30 April 2024 dari https://www.researchgate.net/publication/376678845_KONSEP_KEBAHAGIAAN_MENURUT_PSIKOLOGI_POSITIF_The_Concept_of_Happiness_according_to_Positive_Psychology
- Thorne, S., & Bruner, G. C. (2006). **An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism.** *Qualitative Market Research: An International Journal*, 9(1), 51-72.

