

**HUBUNGAN *CELEBRITY WORSHIP* DAN *PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP* DENGAN
AGRESIVITAS VERBAL PADA REMAJA FANS K-POP
DI MEDIA SOSIAL DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi**



Disusun Oleh:

Ryan Ade Kusuma

NIM : 16710103

Dosen Pembimbing Skripsi:

Mayreyna Nurwardani, S.Psi., M.Psi

NIP : 19810505 200901 2 011

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

2022



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-843/Un.02//PP.00.9/08/2022

Tugas Akhir dengan judul : Hubungan Agresivitas Verbal dengan Celebrity Worship dan Psychological Ownership pada Remaja Fans K-Pop di Media Sosial di Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RYAN ADE KUSUMA
Nomor Induk Mahasiswa : 16710103
Telah diujikan pada : Kamis, 04 Agustus 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Mayreyna Nurwardani, S.Psi., M.Psi
SIGNED

Valid ID: 625d914b69c7



Penguji I

Lisnawati, S.Psi., M.Psi
SIGNED

Valid ID: 6302e9797708e



Penguji II

Denisa Apriliawati, S.Psi., M. Res.
SIGNED

Valid ID: 625d9a01907f



Yogyakarta, 04 Agustus 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 63043fd4d2f3a

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ryan Ade Kusuma

NIM : 16710103

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Hubungan Agresivitas Verbal dengan *Celebrity Worship* dan *Psychological Ownership* pada Remaja Fans K-Pop di Media Sosial di Yogyakarta" adalah karya yang belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi manapun. Dalam penyusunan karya skripsi ini saya tidak melanggar kode etik akademik, seperti bukan plagiasi atau penelitian orang lain, pemalsuan data dan manipulasi data.

Apabila di kemudian hari terdapat pelanggaran kode etik dalam karya skripsi saya, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Demikian pernyataan ini saya buat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 20 Juli 2022



Ryan Ade Kusuma
NIM. 16710103

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Ryan Ade Kusuma

NIM : 16710103

Prodi : Psikologi

Judul : Hubungan Agresivitas Verbal dengan *Celebrity Worship* dan *Psychological Ownership* pada Remaja Fans K-Pop di Media Sosial di Yogyakarta

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar strata satu Psikologi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah. Demikian atas perhatiannya, terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 21 Juli 2022

Dosen Pembimbing Skripsi



Mayreyna Nurwardani, S.Psi., M.Psi

NIP. 19810505 200901 2 011

HUBUNGAN *CELEBRITY WORSHIP* DAN *PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP* DENGAN AGRESIVITAS VERBAL PADA REMAJA FANS K-POP DI MEDIA SOSIAL DI YOGYAKARTA

Ryan Ade Kusuma

16710103

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai hubungan *celebrity worship* dan *psychological ownership* terhadap agresivitas verbal pada remaja penggemar K-Pop di Yogyakarta. Subjek penelitian ini berjumlah 116 remaja penggemar K-Pop yang berusia 12-22 tahun yang berdomisili di Yogyakarta. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan antara agresivitas verbal dengan *celebrity worship* dan *psychological ownership* pada remaja penggemar K-Pop. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan Skala Agresivitas Verbal yang memiliki nilai koefisien *alpha* sebesar 0.926, Skala *Celebrity Worship* memiliki nilai koefisien *alpha* 0.933, Skala *Psychological Ownership* memiliki nilai koefisien *alpha* 0.939. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *celebrity worship* dan *psychological ownership* terhadap agresivitas verbal pada remaja penggemar K-Pop yang berdomisili di Yogyakarta dengan nilai signifikansi 0.000 ($p < 0.05$). Sumbangan efektif yang diberikan *celebrity worship* dan *psychological ownership* terhadap agresivitas verbal sebesar 38.5%. Selanjutnya terdapat hubungan positif antara *celebrity worship* dan agresivitas verbal dengan sumbangan efektif sebesar 2.7%. Terakhir terdapat hubungan positif antara *psychological ownership* dan agresivitas verbal dengan sumbangan efektif sebesar 35.8%.

Kata kunci: agresivitas verbal, *celebrity worship*, *psychological ownership*, remaja penggemar K-Pop

THE RELATIONSHIP BETWEEN CELEBRITY WORSHIP AND PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP WITH VERBAL AGRESIVENESS OF ADOLESCENT K-POP FANS ON SOCIAL MEDIA IN YOGYAKARTA

Ryan Ade Kusuma

16710103

ABSTRACT

This study aims to find out more about the relationship between celebrity worship and psychological ownership of verbal aggressiveness in adolescent K-Pop fans in Yogyakarta. The subjects of this study were 116 young K-Pop fans aged 12-22 years who live in Yogyakarta. This research using purposive sampling. The hypothesis in this study is that there is a relationship between verbal aggressiveness with celebrity worship and psychological ownership of K-Pop fans. Data were collected using a verbal aggressiveness scale which has an alpha coefficient of 0.926, the celebrity worship scale has an alpha coefficient of 0.933, the psychological ownership scale has an alpha coefficient of 0.939. The analysis technique used is multiple regression. The results showed that there was a positive relationship between celebrity worship and psychological ownership of verbal aggressiveness in adolescent K-Pop fans who live in Yogyakarta with a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). The effective contribution given by celebrity worship and psychological ownership to verbal aggressiveness is 38.5%. Furthermore, there is a positive relationship between celebrity worship and verbal aggressiveness with an effective contribution of 2.7%. Finally, there is a positive relationship between psychological ownership and verbal aggressiveness with an effective contribution of 35.8%.

Keywords: verbal aggressiveness, celebrity worship, psychological ownership, adolscent K-Pop fans

HALAMAN MOTTO

“If you don’t take risks, you can’t create a future”

-Monkey D. Luffy-

“Sesungguhnya beserta kesulitan terdapat kemudahan”

-QS. Al – Insyirah ayat 5-



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmatNya, sehingga karya ini dapat terselesaikan. Karya ini saya persembahkan kepada:

ALMAMATER

Program Studi Psikologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

KELUARGA

Orang tua saya yang saya cintai, Bapak Ahmad Faiz Amin dan Ibu Yenny Erawaty

Kepada dua saudara saya

TEMAN-TEMAN SEPERJUANGAN

Psikologi 2016 UIN Sunan Kalijaga

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT yang karena rahmat dan nikmatnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi tauladan bagi seluruh manusia.

Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat memperoleh gelar sarjana Psikologi. Selama penyusunan ini, peneliti selalu mendapat bimbingan, bantuan, semangat, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti akan menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Mayreyna Nurwardani, S.Psi., M.Psi., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa sabar dalam memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
3. Ibu Lisnawati, S.Psi., M.Psi., selaku Dosen Penguji skripsi 1.
4. Ibu Denisa Apriliawati, S.Psi., M.Res, selaku Dosen Penguji skripsi 2.
5. Seluruh dosen serta staff Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan ilmu, dukungan, bantuan, dan saran selama perkuliahan di UIN Sunan Kalijaga.
6. Seluruh pihak yang membantu menyebarkan dan mengisi kuesioner penelitian.
7. Subjek yang telah bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
8. Keluarga saya, terutama kedua orang tua saya Ahmad Faiz Amin dan Yenny Erawaty. Serta kepada Pakde saya Ahmad Najib Amin. Terima kasih atas segala bentuk dukungan dalam bentuk materi maupun non-materi.
9. Sahabat-sahabat saya di kontrakan pagupon, Akbar, Hadi, Adi, Risal yang menjadi teman saya ketika tinggal di Yogyakarta. Yang senantiasa membantu dan berbagi cerita di kala senang maupun susah.
10. Teman-teman Psikologi 2016 UIN Sunan Kalijaga yang sudah mewarnai masa perkuliahan saya.
11. Teman-teman Mbois Fams yang selalu menjadi tempat berbagi cerita, tertawa, dan berkeluh kesah selama perkuliahan hingga saat ini sudah saya anggap saudara.
12. Seluruh teman-teman yang ada di grup camping yang juga selalu membantu dan meberikan dukungan kepada saya.
13. Teman-teman mantan jurusan pariwisata Anwar Salis Ma'sum dan Safiq yang menjadi tempat bercerita.

14. Seluruh pihak yang sudah memberikan bantuan, menemani, memberikan semangat, dan motivasi selama saya berkuliah dan berproses di Yogyakarta sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat berharga bagi peneliti. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 20 Juli 2022

Peneliti,



Ryan Ade Kusuma

NIM. 16710103



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN	xi
BAB I.....	2
PENDAHULUAN	3
A. Latar Belakang Masalah	3
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Keaslian Penelitian.....	9
BAB II.....	13
DASAR TEORI	13
A. AGRESIVITAS VERBAL	13
1. Pengertian Agresivitas Verbal.....	13
2. Aspek–Aspek Agresivitas Verbal	14
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Verbal	15
B. <i>CELEBRITY WORSHIP</i>	17
1. Pengertian <i>Celebrity worship</i>	17
2. Pengaruh <i>Celebrity Worship</i>	18
3. Aspek-Aspek <i>Celebrity Worship</i>	18
C. <i>PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP</i>	19
1. Pengertian <i>Psychological ownership</i>	19
2. Faktor-Faktor <i>Psychological Ownership</i>	20
3. Aspek-Aspek <i>Psychological ownership</i>	21
D. HUBUNGAN AGRESIVITAS VERBAL, <i>CELEBRITY WORSHIP</i> DAN <i>PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP</i>	22
E. HIPOTESIS.....	26

BAB III	27
METODE PENELITIAN.....	27
A. Desain Penelitian	27
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	27
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	27
D. Populasi dan Sampel Penelitian	28
E. Metode dan Alat Pengukuran Data	30
F. Validitas, Seleksi Item dan Reliabilitas Alat Ukur	34
G. Metode Analisis Data.....	35
BAB IV	36
PELAKSANAAN, HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Orientasi Kanchah.....	36
B. Persiapan Penelitian	36
1. Penyesuaian Alat Ukur	36
2. Pelaksanaan Try Out Skala	37
3. Hasil Try Out	37
C. Pelaksanaan Penelitian.....	41
D. Hasil Penelitian	41
E. PEMBAHASAN	49
BAB V	52
PENUTUP.....	52
A. KESIMPULAN.....	52
B. SARAN.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Nilai Respon Kuesioner.....	29
Tabel 2. <i>Blueprint</i> Skala Agresivitas Verbal	30
Tabel 3. <i>Blueprint</i> Skala <i>Celebrity Worship</i>	31
Tabel 4. <i>Blueprint</i> Skala <i>Psychological Ownership</i>	32
Tabel 5. Sebaran Aitem Skala Agresivitas Verbal Sebelum Uji Coba.....	37
Tabel 6. Sebaran Aitem Skala Agresivitas Verbal Setelah Uji Coba	37
Tabel 7. Sebaran Aitem Skala <i>Celebrity Worship</i> Sebelum Uji Coba.....	38
Tabel 8. Sebaran Aitem Skala <i>Celebrity Worship</i> Setelah Uji Coba.....	38
Tabel 9. Sebaran Aitem Skala <i>Psychological Ownership</i>	39
Tabel 10. Deskripsi Statistik Skor Skala.....	41
Tabel 11. Rumus Norma Kategorisasi Subjek.....	42
Tabel 12. Kategorisasi Skor Agresivitas Verbal.....	42
Tabel 13. Kategorisasi Skor <i>Celebrity Worship</i>	43
Tabel 14. Kategorisasi Skor <i>Psychological Ownership</i>	44
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 16. Hasil Uji Linearitas	45
Tabel 17. Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson	47
Tabel 18. Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 19. Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 20. Hasil Uji Hipotesis Mayor	49
Tabel 21. Hasil Uji Hipotesis Minor.....	49
Tabel 22. Hasil Uji Sumbangan Efektif.....	50

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Dinamika Variabel Penelitian.....	24
--	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masa remaja adalah peralihan masa anak-anak menuju dewasa dimana di dalamnya terjadi perubahan secara fisik, kognitif, dan sosio-emosional. Santrock (2002) menjelaskan bahwa masa remaja terjadi di rentang umur 10 tahun hingga 13 tahun kemudian diakhiri saat mencapai usia 18 tahun hingga 22 tahun. Masa remaja adalah masa kelima, yaitu masa *identity vs identity confusion* atau masa identitas versus kekacauan identitas yang dikemukakan oleh Erikson (1989). Remaja memiliki kecenderungan untuk mencari jati diri melalui hal yang ia sukai dan berekspresi. Idealnya seseorang yang berada dalam fase remaja mampu untuk melewati salah satu tugas perkembangan remaja yaitu mengembangkan identitas seseorang yang dewasa, dimana seorang remaja dituntut untuk mengembangkan nilai-nilai yang selaras dengan dunia orang dewasa salah satunya dengan mengembangkan perilaku sosial yang bertanggung jawab (Hurlock, 1999).

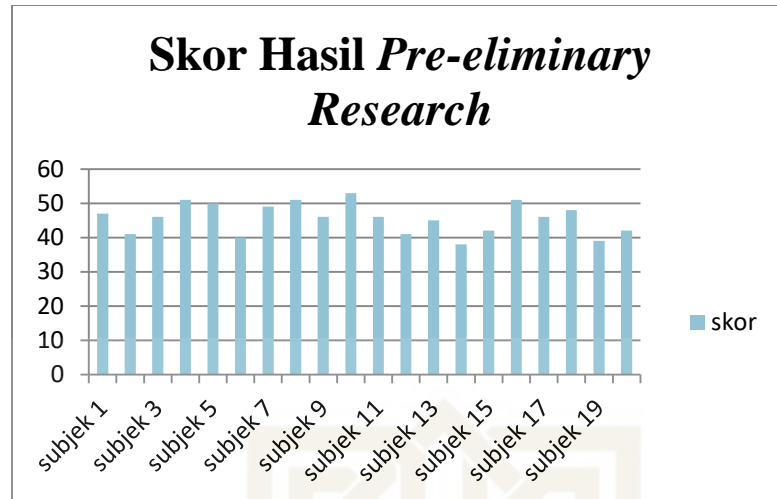
Erikson (1989) menyatakan bahwa dalam pembentukan identitas remaja banyak dipengaruhi oleh *role model* atau tokoh idola yang dikagumi remaja. Novianti (2015) menyatakan bahwa kalangan selebriti, aktor, atlet, penyanyi, dan bintang film merupakan sosok yang sering menjadi idola para remaja. Kemajuan teknologi membuat persebaran informasi mengenai selebriti tersebar dengan sangat cepat. Informasi ini juga sangat mudah diakses oleh para remaja untuk mencari tahu tentang selebriti atau artis yang dikagumi. Kekaguman remaja terhadap selebriti dapat mengarah pada selebriti dalam maupun luar negeri. Salah satunya adalah kekaguman remaja terhadap artis yang berasal dari Korea Selatan. Korea Selatan berhasil mengenalkan budaya dan industri hiburan seperti musik (k-pop), film, dan drama (k-drama) dalam lingkup global dan diterima oleh masyarakat yang kemudian dikenal dengan *Korean wave* atau *hallyu*.

Adanya tokoh idola ini memang diharapkan memberikan dampak positif dalam masa perkembangan remaja, akan tetapi ternyata terdapat dampak negatif yaitu perilaku

agresivitas verbal di media sosial seperti dalam kasus *bullying* Sulli yang mengakibatkan terjadinya peristiwa bunuh diri. Sulli yang merupakan penyanyi dan aktris dari Korea Selatan ini ditemukan tewas bunuh diri di kediamannya setelah mengalami peristiwa serangan agresivitas verbal *bullying* di media sosial. Setelah kasus *bullying* Sulli ternyata masih terjadi kasus *bullying* yang menyebabkan kematian selanjutnya, yaitu kasus bunuh diri Goo Hara yang terjadi pada tanggal 24 November 2019 (Untari, 2020).

Perilaku agresi yang dilakukan ini tentu saja tidak sejalan dengan tugas perkembangan remaja yang idealnya remaja tidak melakukan tindakan agresivitas dan sudah mampu untuk mengembangkan nilai-nilai yang selaras dengan nilai sosial dan perilaku yang bertanggung jawab (Hurlock, 1999). Menurut Myers (2002) perilaku agresi ialah tindakan fisik maupun verbal yang bertujuan untuk melukai atau merugikan pihak lain dan dilakukan secara sengaja. Perilaku agresi yang ditunjukkan oleh *fans* didasari oleh fanatisme, perilaku ini juga sering menyebabkan permasalahan (Ancok & Suroso, 2011). Dayaksini dan Hudaniah (2006) menjelaskan bahwa agresi merupakan perilaku menyerang yang dilakukan seseorang terhadap orang lain ataupun benda lain sampai-sampai diri sendiri merupakan tindakan agresi. Chaplin (2004) menjelaskan agresi sebagai tindakan berbentuk serangan ataupun permusuhan yang ditujukan kepada orang lain ataupun benda merupakan perilaku agresi.

Berdasarkan hasil *pre-eliminatory research* ditemukan bahwa kondisi di lapangan tidaklah selalu sesuai dengan teori yang disampaikan sebelumnya. Banyak dari penggemar yang justru saling mencemooh dan melakukan tindakan agresi lainnya dalam aktivitas pengidolaannya. Tujuan dari *preliminary research* ini adalah untuk mengetahui perilaku yang sebenarnya terjadi di lapangan. Peneliti menyebarkan kuesioner pada 20 subjek dengan hasil sebagai berikut:



Peneliti melakukan *pre-eliminary research* untuk mengetahui data awal di lapangan dengan menggunakan kuesioner yang berisikan 15 pertanyaan mengenai agresivitas verbal pada fans K-Pop. Masing-masing pertanyaan memiliki skor 1-4 berdasarkan perasaan yang dimiliki oleh responden, skor 1 bermakna sangat tidak setuju dan skor 4 bermakna sangat setuju. Kategorisasi dari total skor didapatkan data sebagai berikut :

- Rendah : <37.5 (0)
- Sedang : $37.5 \leq 42.5$ (7 subjek)
- Tinggi : > 42.5 (13 subjek)

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat penggemar K-Pop yang mengalami fanatisme melakukan perilaku agresivitas verbal kepada artis maupun *fandom* lainnya.

Menurut Hills (2002) penggemar adalah seorang yang terobsesi dengan artis, selebritis, film, band, dan lain-lain. Hal ini kemudian juga memunculkan komunitas fans atau yang sering disebut juga dengan *fandom*. Adanya *fandom* ini menyebabkan aktivitas penggemar menjadi semakin luas dan mendalam, dan kegiatan yang dilakukan ini juga tidak jarang menimbulkan perilaku agresi oleh para penggemar fanatik (Nugraini, 2016). Menurut Maltby (2006) *celebrity worship* adalah pemujaan terhadap idola dimana terdapat hubungan parasosial dan obsesi terhadap idolanya. Sedangkan menurut Chapman (2003) perilaku yang bersifat obsesif terhadap artis maupun selebriti serta semua hal yang berhubungan dengan selebriti tersebut merupakan *celebrity worship*

(Sari, 2013). Maltby, dkk (2006) membagi aspek *celebrity worship* menjadi 3, yaitu hiburan social, perasaan pribadi yang intens, dan gangguan patologis. Hiburan sosial didefinisikan sebagai motivasi yang mendasari pencarian aktivitas penggemar terhadap idola. Perasaan pribadi yang intens adalah perasaan yang kompulsif dan intensif dari seorang penggemar terhadap idolanya. Gangguan patologi digambarkan dengan sikap kesediaan untuk melakukan apapun untuk idolanya termasuk berperilaku agresif.

Fans k-pop menganggap bahwa mereka memiliki hubungan yang dekat dengan artis idolanya walaupun belum pernah bertemu secara langsung dalam kehidupan nyata. Rubin dan McHugh (1987) menyatakan hubungan parasosial yang dialami *fans* membuat fans menganggap dirinya mengenal secara dekat dengan artis yang diidolakan meski hanya dari menonton atau melihat penampilan, perkataan, atau perbuatannya (Roberts, 2007). Bahkan perilaku dan peristiwa yang terjadi kepada artis yang diidolakannya pun mempengaruhi emosi dan perasaan fans hingga fans akan berperilaku berlebihan. Fans yang mengalami hubungan parasosial ini kemudian akan mengembangkan rasa memiliki terhadap artis yang diidolakan. Rasa kepemilikan terhadap sesuatu ini kemudian dikenal dengan istilah *psychological ownership*. *Psychological ownership* didefinisikan sebagai kondisi dimana seseorang merasa suatu hal atau benda merupakan bagian dari diri mereka, yang kemudian akan memberikan kepuasan akan sesuatu yang dimiliki itu. Seseorang yang memiliki *psychological ownership* kemudian akan memberikan kontrol terhadap apa yang ia miliki, hingga orang tersebut menjadi selalu memikirkan serta mempertahankan hal yang ia miliki (Porteus, dalam Pierce, 2002). Hal ini yang kemudian membuat seseorang merasa memiliki artis yang diidolakan juga membela artis idolanya apabila terjadi sesuatu, meskipun harus menggunakan agresivitas.

Tartila (2014) remaja yang fanatik dengan k-pop pun mendapatkan stereotip negatif, dimana mereka dianggap terlalu berlebihan, agresif, gila, histeris, adiktif, dan konsumtif. Selain itu Agnensia (2018) juga menjelaskan bahwa fanatisme memiliki hubungan dengan perilaku agresif. Dalam penelitian Agnensia (2018) terbukti bahwa media sosial memudahkan fans untuk melakukan perilaku agresif dalam bentuk sarkasme, berdebat, dan menyebarkan gosip dimana hal tersebut termasuk dalam perilaku agresif verbal. Dalam penelitian yang dilakukan Eliani dkk (2018) menyatakan bahwa

fanatisme memiliki hubungan positif dengan agresi verbal. Sehingga orang yang terlalu fanatik cenderung melakukan agresi verbal untuk mendukung idolanya meskipun hal tersebut menyakiti orang lain. Penelitian yang dilakukan Fauziah (2016) menjelaskan bahwa perilaku *cyberbullying* yang ditunjukkan oleh fans K-Pop dipicu oleh fanatisme berlebihan fans terhadap idolanya. Isi dari *cyberbullying* yang dilakukan meliputi luapan amarah dalam bentuk memaki, merendahkan dan menghina. Sari (2013) menjelaskan bahwa penggemar yang mengalami *psychological ownership* akan melekatkan dirinya dengan idola dan melakukan kontrol kepada idolanya melalui media sosial, kontrol ini bisa dalam berbagai bentuk seperti dukungan, donasi, bahkan serangan kepada artis lain.

Celebrity worship dapat menjadi pendorong seseorang untuk mendukung idolanya, sementara itu *psychological ownership* dapat menjadi pendorong seseorang untuk mengontrol dan menjaga objek/target yang dianggap merupakan hal yang ia miliki. Ketika seseorang memiliki idola dan merasa dirinya memiliki kedekatan yang intim dengan idolanya, maka tidak menutup kemungkinan seorang penggemar akan melakukan apapun untuk mendukung idolanya meskipun melebihi batas wajar dan melanggar norma seperti melakukan tindakan agresif, salah satunya adalah agresivitas verbal di media sosial. Berdasarkan pernyataan diatas maka diperlukan penelitian untuk mengetahui bagaimana hubungan *celebrity worship* dan *psychological ownership* terhadap perilaku agresi verbal.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan agresivitas verbal dengan *celebrity worship* dan *psychological ownership* remaja di media sosial pada fans K-Pop.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan agresivitas verbal terhadap *celebrity worship* dan *psychological ownership* remaja di media sosial pada fans K-Pop.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan gambaran diatas diharapkan penelitian ini memberikan manfaat untuk keilmuan maupun untuk subjek penelitian. Manfaat tersebut diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai *celebrity worship* dan *psychological ownership* dengan agresivitas verbal, diharapkan tema ini dapat dikaji lebih dalam pada bidang psikologi sosial. Serta untuk peneliti selanjutnya dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengembangkan penelitian terkait.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat memberikan wawasan kepada para remaja penggemar k-pop tentang *celebrity worship*, *psychological ownership*, serta agresi verbal. Remaja fans K-Pop yang mengalami *celebrity worship* dan *psychological ownership* diharapkan memahami hasil penelitian ini dan melakukan kegiatan-kegiatan antar fans yang lebih bermanfaat seperti melakukan penggalangan dana dari *fandom*, menguatkan kebersamaan untuk membantu korban bencana, dan kegiatan positif lainnya, sehingga citra fans K-Pop di Indonesia tidak lagi negatif di masyarakat.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian ini juga berkaitan dengan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki variabel yang relevan, akan tetapi berbeda dengan karakteristik hubungan dan posisi variabel, jumlah variabel, dan kriteria subjek. Penelitian ini akan meneliti tentang pengaruh *celebrity worship* dan *psychological ownership* terhadap agresivitas verbal di media sosial pada remaja fans k-pop.

1. Penelitian dengan judul Hubungan antara *Celebrity worship* dengan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Boyband BTS pada tahun 2019 diteliti oleh Siti Luthfathul Millah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan *celebrity worship* dengan perilaku konsumtif pada fans boyband BTS yang tinggal di Surabaya dengan metode purposive sampling. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bersifat positif antara *celebrity worship* dan

- perilaku konsumtif, yang berarti bahwa jika tingkat *celebrity worship* seseorang tinggi, maka tingkat perilaku konsumtif akan semakin tinggi juga.
2. Penelitian yang dilakukan Malida Fitriana dengan judul Hubungan Kontrol Diri dengan Pemujaan terhadap Idola pada Remaja Penggemar K-Pop di Kota Samarinda pada tahun 2019 menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif antara variabel kontrol diri dengan pemujaan remaja penggemar k-pop dengan nilai korelasi = 0,554 dan $p = 0,000$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah kontrol diri seorang fans maka semakin tinggi pemujaan terhadap idola, begitu pula sebaliknya. Penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 100 orang yang dilakukan di Kota Samarinda.
 3. Penelitian dengan judul Gambaran *Celebrity worship* pada Penggemar K-Pop Usia Dewasa Awal di Bali yang dilakukan oleh Dyana Putri Kristina Sintya Dewi dan Komang Rahayu Indrawati pada tahun 2019 menunjukkan bahwa penggemar K-Pop usia dewasa awal menunjukkan ekspresi kepada idola yang terlalu berlebihan, obsesif, delusif, dan posesif. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif menggunakan *purposive sampling*, dengan responden yang memiliki jenis kelamin perempuan berusia 21-22 tahun. Hasil dari penelitian ini menunjukkan *celebrity worship* meliputi mencintai idola, motivasi di dalam melakukan mengidolakan seseorang, dan kegiatan dalam pengidolaan. Selain itu ditemukan juga bentuk pemujaan idola berupa pengidolaan yang suportif.
 4. Penelitian yang dilakukan oleh Rahma Lyanti pada tahun 2019 dengan judul Pengaruh Konformitas, Self Control, dan Kecerdasan Emosi terhadap Agresivitas pada Penggemar Musik K-Pop menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan kepada penggemar K-Pop yang tinggal di Jakarta dengan responden sebanyak 156 subjek. Dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Analisis data menghasilkan bahwa konformitas, *self control*, dan kecerdasan emosi memiliki pengaruh yang signifikan dalam agresivitas dengan pengaruh sebesar 61.2%, sedangkan 38.8% yang lainnya dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.
 5. Penelitian dengan judul Pengaruh Pola Asuh Orang Tua dan *Celebrity worship* terhadap Self-Esteem Remaja Penggemar K-Pop di DKI Jakarta yang dilakukan oleh Naqiah Maryam dan Mulia Sari Dewi menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh

signifikan pola asuh orang tua, *celebrity worship*, jenis kelamin, dan status sosial ekonomi terhadap self esteem remaja penggemar K-Pop di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan dianalisis menggunakan analisis berganda. Subjek dalam penelitian ini adalah remaja berusia 15-18 tahun sebanyak 200 orang di DKI Jakarta.

6. Penelitian yang berjudul Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop (studi pada penggemar k-pop di Yogyakarta) yang dilakukan oleh Yulia Ekasari (2018) menunjukkan bahwa kegiatan penggemar K-Pop mencakup menggali informasi tentang idola, mengunduh lagu serta video, dan menyaksikan idolanya. Subjek mengalami kesulitan untuk mengontrol tindakan dan emosi saat idolanya diejek oleh pihak lain. Subjek penelitian juga mengaku mendahulukan kepentingan k-pop dari kepentingan lain. Subjek juga mengaku berbuat ceroboh serta mengabaikan keselamatan saat hadir di acara k-pop sampai larut malam.
7. Penelitian dengan judul *Fan War* Fans K-Pop dan Keterlibatan Penggemar dalam Media Sosial Instagram yang disusun oleh Natazha Putri Agnesia (2018) menyatakan bahwa *fan war* antar *fandom* adalah perilaku agresif yang didasarkan fanatisme pada idola yang kemudian saling mengirimkan pesan antar fans dalam upaya membekas idola dan mempertahankan harga diri. Secara umum pesan yang disampaikan memiliki konotasi negatif dan menyindir. Kejadian ini dipicu oleh banyaknya akun palsu dan membuat para penggemar mempercayai dan terprovokasi oleh pesan yang ditinggalkan oleh akun palsu.
8. Penelitian dengan judul Fanatisme Fans K-Pop dalam Blog Netizenbuzz yang disusun oleh Pintani Linta Tartila menggunakan metode analisis tekstual dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa fans fanatik melakukan *fan-gift* yang merupakan budaya penggemar yang memberikan hadiah kepada idolanya dengan tujuan menciptakan kedekatan dengan artis yang diidolakan.
9. Penelitian dengan judul *celebrity worship* on early adult k-pop fangirling yang disusun oleh Dini Cahyani dan Yulia Purnamasari pada tahun 2018 menunjukkan bahwa penggemar menyukai idolanya karena mereka memiliki bakat dan kemampuan, serta mampu memberikan motivasi dan menginspirasi hidup mereka. Penggemar secara aktif mencari berita terbaru melalui berbagai media terkait

kehidupan, pakaian, percintaan, hingga jadwal dari idola mereka. Penggemar juga melakukan voting supaya idola mereka mendapatkan penghargaan. Penggemar juga bersedia untuk membeli album, kaos, dan perlengkapan *official* dari idolanya.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Jenni Eliani dkk (2018) dengan judul Fanatisme fan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial ($r=0,626$ dan $p=0,000$). Dalam penelitian ini subjek berjumlah 915 responden dengan metode kuantitatif.

Berdasarkan beberapa penelitian diatas dapat diketahui perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Perbandingan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah :

1. Keaslian Topik

Topik dalam penelitian ini memiliki kesamaan dengan topik yang sudah pernah dibahas oleh Millah (2019), Fitriana (2019), Dyana Putri Kristina Sintya Dewi dan Komang Rahayu Indrawati (2019), Naqiah Maryam dan Mulia Sari Dewi (2016), terkait tema *Celebrity worship*. Kemudian untuk topik agresivitas verbal juga memiliki persamaan dengan topik yang pernah dilakukan dalam penelitian Lyanti (2019), Agnesia (2018), dan Eliani dkk (2018). Akan tetapi penelitian ini tetap memiliki perbedaan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya dikarenakan peneliti menggunakan variabel *celebrity worship* dan juga *Psychological ownership* sebagai variabel bebas yang kemudian dikaitkan dengan Agresivitas verbal sebagai variabel tergantung. Penelitian dengan variabel tersebut belum pernah dilakukan sebelumnya.

2. Keaslian Teori

Teori yang menjadi dasar dalam penelitian ini merupakan teori yang dikemukakan oleh Schneider (2004). Teori mengenai *celebrity worship* mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Maltby dkk (2006) dimana memang sejauh ini ahli yang mengemukakan teori tentang *celebrity worship* secara jelas masih terbatas. Sedangkan teori yang digunakan dalam mengukur *psychological ownership* mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Pierce dkk (2002) yang disesuaikan untuk mengukur tingkat rasa kepemilikan terhadap idola.

3. Keaslian Alat Ukur

Penelitian ini menggunakan alat ukur berupa skala untuk tiap-tiap variabel. Skala agresivitas verbal yang digunakan merupakan skala yang dikembangkan oleh peneliti yang didasarkan pada teori Schneiders (2005) yang mengacu pada aspek otoriter, superior, egosentris, dan keinginan menyerang orang lain. Skala *celebrity worship* menggunakan skala yang dikembangkan sendiri oleh peneliti berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Maltby (2006) yang mengacu pada aspek hiburan sosial, perasaan pribadi yang intens, dan gangguan patologi. Kemudian untuk skala *psychological ownership* peneliti mengembangkan sendiri skala penelitian yang disusun berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Pierce, Kostova & Dirks (2002) yang didalamnya terdapat tiga aspek yaitu mengontrol target/objek kepemilikan, mengetahui informasi target secara intim, dan melekatkan dirinya terhadap target/objek kepemilikan.

4. Keaslian Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan remaja *fans* k-pop yang berada di Yogyakarta dan tergabung dalam komunitas fans K-Pop dan aktif di media sosial. Subjek dalam penelitian ini belum pernah terlibat dalam penelitian dengan tema serupa.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Hipotesis mayor dalam penelitian ini diterima yang berarti terdapat hubungan positif antara *celebrity worship* dan *psychological ownership* terhadap agresivitas verbal pada remaja penggemar K-Pop. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *celebrity worship* dan *psychological ownership* secara bersama-sama memberikan kontribusi sumbangan efektif sebesar 38,5% terhadap agresivitas verbal.
- b. Hipotesis minor pertama dalam penelitian ini dinyatakan diterima yang berarti terdapat hubungan positif antara *celebrity worship* dan agresivitas verbal. Semakin tinggi tingkat *celebrity worship* maka semakin tinggi pula tingkat agresivitas verbal pada remaja penggemar K-Pop, dan berlaku sebaliknya. Variabel *celebrity worship* memberikan kontribusi sumbangan efektif sebesar 2,7% terhadap agresivitas verbal.
- c. Hipotesis minor kedua dalam penelitian ini dinyatakan diterima yang berarti terdapat hubungan positif antara *psychological ownership* dan agresivitas verbal. Semakin tinggi tingkat *psychological ownership* maka semakin tinggi pula tingkat agresivitas verbal pada remaja penggemar K-Pop, dan berlaku sebaliknya. Variabel *psychological ownership* memberikan kontribusi sumbangan efektif sebesar 35,8% terhadap agresivitas verbal

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, serta kesimpulan pada penelitian ini, terdapat beberapa saran sebagai berikut:

a. Bagi Remaja Penggemar K-Pop

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di media sosial masih sering terjadi perilaku agresivitas verbal. Menjadi seorang penggemar dan memiliki *celebrity worship* dan *psychological ownership* bukanlah sebuah kesalahan, remaja yang mengalami *celebrity worship* dan *psychological ownership* seharusnya menjadikan sosok idolanya sebagai penyemangat untuk mengembangkan diri menjadi lebih baik. Diharapkan aktivitas-aktivitas pengidolaan yang dilakukan remaja kedepannya menjadi aktivitas yang lebih baik dan kompak lagi, seperti melakukan penggalangan dana dari fans, melakukan kegiatan amal, ataupun mengumpulkan sumbangan dari *fandom* yang diikuti.

b. Bagi Orang Tua

Berdasarkan hasil penelitian ini peneliti menyarankan bagi orang tua untuk memantau kegiatan apa saja yang dilakukan anaknya dalam aktivitas pengidolaannya. Remaja yang mengalami *celebrity worship* dan *psychological ownership* memiliki kecenderungan untuk bertindak berlebihan, maka disinilah peran pengawasan dan pengarahan orang tua diperlukan. Orang tua diharapkan menjaga anaknya agar tidak terlalu berlebihan dalam aktivitas pengidolaan seperti menjaga anaknya agar tidak menjelekkan fans lain di media sosial, tidak menghabiskan uang untuk membeli *merchandise* dari idola, dan kegiatan lain yang bersifat berlebihan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian mengenai *celebrity worship*, *psychological ownership* dan agresivitas verbal secara langsung kepada subjek, bukan menggunakan *google form*. Sehingga peneliti selanjutnya dapat mengawasi proses pengambilan data secara langsung. Selanjutnya diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan tingkat error yang lebih kecil agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih luas dan lebih merepresentasikan subjek di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, Waskito .(2002). Kecenderungan Perilaku Agresif Pria Ditinjau dari Minat terhadap Musik Heavy Metal. *Jurnal Unika Soegijapranata*.
- Agnensia, Natazha P. (2018). Fan War Fans K-Pop dan Keterlibatan Penggemar dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga*.
- Ancok, D & Suroso, F. (2011). *Psikologi Islam Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Avey, J. B. (2009). Psychological Ownership: Theoretical Extensions, Measurement, and Relation to Work Outcomes. *Journal of Organizational Behavior*. 30, 173–191.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Baron, Robert A , Donn Byrne. (2005). *Psikologi Sosial jilid 2 Edisi Kesepuluh*. Jakarta:Erlangga.
- Buss, A. H., & Perry, M. (1992). The Aggression Questionnaire. *Journal of personality and social psychology*. 63
- Cahyani, Dini & Purnamasari Y. (2018). Celebrity Worship on Early Adult K-Pop Fangirling. *Atlantis Press*. Vol. 304.
- Chaplin, J.P. (2004). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Dayakisni, Tri & Hudaniah. (2006). *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: UMM Press
- Dewi, D.P.K.S, & Indrawati K.R. (2019). Gambaran Celebrity Worship pada Penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*. Vol. 6. No. 2. 291-300.
- Dyne, Linn Van & Pierce, Jon L. (2004). Psychological ownership and feelings of possession: three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior*. 25
- Eliani, Jenni, dkk (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Jurnal Penelitian Psikologi*. No. 1 (59-72)
- Erikson, E. (1989). *Identitas dan Siklus Hidup Manusia*. Jakarta: Gramedia.
- Etikasari, Yulia. (2018). Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*. Vol. 4. No. 3.
- Fauziah, Nisda. (2016). Cyberbullying di Indonesia : Analisis Kasus Rizky Firdaus alias Uus. *Jurnal Universitas Indonesia*
- Fitriana, Malida. (2019). Hubungan Kontrol Diri dengan Pemujaan Terhadap Idola pada Remaja Penggemar K-POP di Kota Samarinda. *Jurnal Psikoborneo*. Vol. 7. No. 3.

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hills, Matthew. (2002). *Fan Culture*. USA: Routledge.
- Kiswarawati. (1992). *Perilaku Agresi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Krahe, B. (2005). *Perilaku Agresif*. Yogyakarta; Pustaka Pelajar
- Lewis, L. A. (1992). *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. USA: Routledge.
- Lyanti, Rahma. (2019). Pengaruh Konformitas, Self Control dan Kecerdasan Emosi terhadap Agresivitas pada Penggemar Musik K-Pop. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.
- 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, 273–283.
- Maryam, Naqiah & Dewi M.S. (2016). Pengaruh Pola Asuh dan Celebrity Worship terhadap Self-Esteem Remaja Penggemar K-Pop di DKI Jakarta. *Tazkiya Journal of Psychology*. Vol. 4. No. 2
- Millah, Siti Luthfatul. (2019). Hubungan antara Celebrity Worship dengan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Boyband BTS. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Myers, D. G. (2002). *Social Psychology*. 7th Edition. North America: McGraw-Hill, Inc.
- Novianti, W. (2015). Kontribusi modeling terhadap identitas diri. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Universitas Pendidikan Indonesia*. 4(3). 1- 11.
- Nugraini, e. d. (2016). Fanatisme remaja terhadap musik populer korea dalam perspektif psikologi sufistik. Fakultas ushuludin UIN WALISONGO
- Pierce, Jon L., Kostova, Tatiana & Dirks, Kurt T. (2002). *The State of Psychological ownership: integrating and extending a century of research*. In press: review of general psychology.
- Roberts. K. A. (2007). Relationship attachments and the behavior of fans towards celebrity. *Applied psychology in criminal justice*. 3 (1).
- Santrock, J.W. (2002). *Life Span Development* (Perkembangan Masa Hidup, Jilid 2, Penerjemah: Chusairi dan Damanik). Jakarta: Erlangga.
- Sari, Evita Puspita. (2013). *Hubungan Celebrity Worship dengan Psychological Ownership pada fans K-POP : Studi pada Fans Super Junior di Bandung*. S1 thesis, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sarwono, S. W. (2002). *Psikologi Sosial: Individu dan Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. Balai Pustaka.

- Schneider, A. (2004). *Personal adjustment and mental health*. New York: Holt Rinehart & Winston, Inc.
- Schneider, Kerri M. 2005. Aggression and Cardiovascular Response in Children. *Journal Of Pediatric Psychology*, Vol.27 (7) : 565-573
- Sears, David O., Freedman, Jonathan L. & L. Anne Peplau. (1985). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Straus, M. A., & Sweet, S. (1992). Verbal/symbolic aggression in couples: incidence rates and relationship to personal characteristic. *Journal of marriage and the family*. 54(2)
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Suseno, M. N., (2012). *Statistika : Teori dan Aplikasi untuk Penelitian Ilmu Sosial dan Humaniora*. Yogyakarta : Ash-shaff.
- Tartila. P. L. (2014). Fanatisme fans k-pop dalam blog netizenbuzz. Skripsi. Universitas Airlangga
- Widjaja, A. K & Ali M. M. (2015). Gambaran *Celebrity Worship* pada Dewasa Awal di Jakarta. *Jurnal Humaniora Binus University*. Vol. 6. No. 1.