

Hubungan Religiusitas terhadap *Celebrity Worship* pada Penggemar *K-Pop*



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

Disusun oleh:

Hanis Kusuma Wardhani

NIM 18107010012

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2024



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1682/Un.02/DSH/PP.00.9/11/2024

Tugas Akhir dengan judul : Hubungan Religiusitas terhadap *Celebrity Worship* pada Penggemar *K-Pop*

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HANIS KUSUMA WARDHANI
Nomor Induk Mahasiswa : 18107010012
Telah diujikan pada : Senin, 28 Oktober 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Sara Palila, S.Psi., M.A., Psi
SIGNED

Valid ID: 67451d9ec32ed



Penguji I

Maya Fitria, S. Psi, M.A
SIGNED

Valid ID: 673eaff0acbf4fe



Penguji II

Sabiqotul Husna, S.Psi., M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 673ec811084ec



Yogyakarta, 28 Oktober 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 67453e25e8a7f

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hanis Kusuma Wardhani

NIM : 18107010012

Program studi : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Hubungan Religiusitas terhadap *Celebrity Worship* pada Penggemar *K-Pop*” merupakan karya yang belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi manapun. Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain.

Apabila di kemudian hari dalam skripsi saya ini ditemukan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ditindak sesuai aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Demikian pernyataan ini saya buat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 28 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Hanis Kusuma Wardhani

NIM 18107010012



NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Hal : Nota Dinas Pembimbing Skripsi / Tugas Akhir

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Hanis Kusuma Wardhani

NIM : 18107010012

Judul Skripsi : Hubungan Religiusitas terhadap *Celebrity Worship* pada Penggemar K-Pop

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Psikologi.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi / tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 17 Oktober 2024

Pembimbing

Sara Palila, S.Psi., M.A., Psikolog
NIP. 19811014 200901 2 004

Hubungan Religiusitas terhadap *Celebrity Worship* pada Penggemar *K-Pop*

Hanis Kusuma Wardhani

INTISARI

Penggemar *K-Pop* sering kali menunjukkan tingkat obsesif terhadap idola mereka, yang dapat mengarah pada fenomena *celebrity worship*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara religiusitas dan *celebrity worship* di kalangan penggemar *K-Pop*. Subjek penelitian berjumlah 118 orang dengan usia antara 18 hingga 25 tahun, dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Metode yang diterapkan adalah penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Alat ukur yang digunakan meliputi skala religiusitas yang diadaptasi oleh Purnomo, F. H., & Suryadi, B. (2017), serta skala *celebrity worship* yang dimodifikasi dari Maltby et al. (2006). Hasil penelitian menunjukkan tidak ada hubungan signifikan antara religiusitas dan *celebrity worship* di kalangan penggemar K-Pop di D.I. Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Sig. pada uji korelasi *Spearman rho* sebesar 0,129 ($P > 0,05$) dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,141 ($P > 0,05$).

Kata kunci : Religiusitas, *Celebrity Worship*, *K-Pop*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

The Relationship Between Religiosity and Celebrity Worship among K-Pop Fans

Hanis Kusuma Wardhani

ABSTRACT

K-Pop fans often show a level of obsessiveness towards their idols, which can lead to the phenomenon of celebrity worship. This study aims to determine whether there is a relationship between religiosity and celebrity worship among K-Pop fans. The subjects of the study were 118 people aged between 18 and 25 years, and the sampling technique used was accidental sampling. The method applied was correlational research with a quantitative approach. The measuring instruments used included a religiosity scale adapted by Purnomo, F. H., & Suryadi, B. (2017), and a celebrity worship scale modified from Maltby et al. (2006). The results showed that there was no significant relationship between religiosity and celebrity worship among K-Pop fans in D.I. Yogyakarta. This is indicated by the Sig. value in the Spearman rho correlation test of 0.129 ($P > 0.05$) and the correlation coefficient value of 0.141 ($P > 0.05$).

Keyword : Religiosity, Celebrity Worship, K-Pop



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

--Q.S. Al-Baqarah : 286—

“ The person who doesn't give up is the one who last. So do not give up.”

--Mark Lee--



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

Almamater tercinta, Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan
Humaniora

Orang tua, kakak-kakak dan keluarga tercinta

Segenap sahabat.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT pencipta seluruh alam semesta yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga, sahabat dan pengikutnya yang sholeh hingga akhir kiamat. *Alhamdulillahirabbil'alamin*, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan, akan tetapi semoga segala usaha yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi semua, sebagai ilmu yang bermanfaat dan barokah.

Penulis juga menyadari bahwa selama berlangsungnya penelitian, penyusunan sampai pada tahap penyelesaian skripsi ini tak lepas dari dukungan serta bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu teriring do'a dan ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Psi. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Denisa Apriliawati, S.Psi., M.Res. selaku Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Miftahun Nikmah Suseno, S.Psi., M.A., Psikolog, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis.
4. Ibu Sara Palila, S.Psi., M.A., Psi. selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas perhatian, saran, kebaikan yang dengan sabar mendampingi dan meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan arahan, dukungan, doa serta kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Maya Fitria, S.Psi., M.A., selaku dosen penguji skripsi atas perhatian, saran, memberikan arahan, dukungan, doa serta kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibu Sabiqotul Husna, S.Psi., M.Sc. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan motivasi kepada peneliti.
7. Segenap dosen dan staff Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, atas ilmu dan bimbingan yang sudah diberikan kepada peneliti.
8. Seluruh responden penelitian, atas ketersediaan untuk berpartisipasi pada penelitian ini.
9. Ibu Harini Dwiningsih dan Bapak Sutarno tersayang yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materiil, nasehat, kekuatan dan doa, serta motivasi yang telah diberikan kepada peneliti, semoga Allah SWT selalu melindungi kalian dimanapun Ibu dan Bapak.
10. Kakak-kakakku tersayang, Mas Riza, Mbak Anita, Mas Hata, Mbak Riskha, Mas Hafid, Mbak Reni yang telah sabar memberikan segala nasehat dan semangat kepada peneliti, terimakasih atas segala doa dan nasehatnya adikmu sudah selesai.
11. Keponakan-keponakanku tersayang yang selalu menghibur peneliti dengan tingkah lucu nya.
12. Sepupuku Salsabilla Athifah Yonara dan Kusuma Isna Febriana, terimakasih sudah menjadi pendengar yang baik untuk peneliti.
13. Seluruh keluarga besar penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terimakasih atas doa-doa baik dan nasehat kepada peneliti.
14. Teman seperjuangan ku, Febriana Nur Amanah, Lina Himmah Shofia, Annisa Rahmawati, Laili Khoirunnisa dan Nadya Shafwati terimakasih atas semangat dan doa kalian. Terimakasih telah menjadi sahabat peneliti dari awal masuk kuliah sampai lulus kuliah. Semoga persahabatan kita tidak akan terputus hingga nanti.
15. Teman berkeluh kesahku, Rika Listya Nuraini dan beberapa teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih sudah menjadi pendengar yang baik dan menghibur penulis ketika sedang lelah.
16. Seluruh teman-teman Psikologi Angkatan 2018 yang telah bersama-sama berjuang untuk mencapai gelar S,Psi.

17. Serta kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu baik langsung ataupun tidak langsung yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini.
18. *Last but not least*, kepada diri saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan hingga akhirnya sampai di tahap ini.

Peneliti mengucapkan terimakasih setulus hati kepada pihak yang telah membantu dalam setiap proses penyusunan tugas akhir ini. Semoga segala amal baik yang telah diberikan kepada peneliti mendapatkan keridhaan dan balasan yang sebaik-baiknya dari Allah SWT.



DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR	iv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
Daftar Gambar	xv
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Lampiran	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan Penelitian	8
C. Manfaat Penelitian	8
D. Keaslian penelitian	10
BAB II	22
DASAR TEORI	22

A. <i>Celebrity Worship</i>	22
1. Definisi <i>Celebrity Worship</i>	22
2. Aspek-aspek <i>Celebrity Worship</i>	23
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Celebrity Worship</i>	24
C. Religiusitas	26
1. Pengertian Religiusitas	26
2. Dimensi-dimensi Religiusitas	27
D. Dinamika religiusitas terhadap <i>celebrity worship</i> pada penggemar <i>K-Pop</i>	30
E. Hipotesis	32
BAB III.....	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Desain Penelitian	33
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	33
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	34
D. Populasi dan Sampel Penelitian	34
E. Metode dan Alat Pengumpulan Data	35
F. Validitas, Seleksi Aitem dan Reliabilitas Alat Ukur	37
G. Metode Analisis Data	38
BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Orientasi Kancan.....	41
B. Persiapan Penelitian.....	41

1. Persiapan Administrasi	41
2. Persiapan Alat Ukur	42
3. Pelaksanaan Uji Coba Alat Ukur	43
4. Hasil Uji Coba Aitem.....	43
C. Pelaksanaan Penelitian	49
D. Hasil Penelitian	50
1. Deskripsi Partisipan Penelitian	50
2. Deskripsi Statistik.....	54
3. Uji Asumsi	58
E. Uji Hipotesis	59
F. Pembahasan	60
BAB V.....	64
KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	70
CURRICULUM VITAE.....	103

Daftar Gambar

Gambar 1 Bagan Hubungan Religiusitas dan <i>Celebrity Worship</i>	32
---	----



Daftar Tabel

Tabel 1 BluePrint <i>Celebrity Worship</i>	36
Tabel 2 Blueprint Religiusitas.....	37
Tabel 3 Distribusi Aitem Religiusitas	44
Tabel 4 Seleksi Aitem Religiusitas.....	45
Tabel 5 Distribusi Aitem <i>Celebrity Worship</i>	46
Tabel 6 Seleksi Aitem <i>Celebrity Worship</i>	47
Tabel 7 Reliabilitas Skala Sebelum dan Sesudah Uji Coba	48
Tabel 8 Jenis Kelamin	50
Tabel 9 Asal Kota	51
Tabel 10 Jenis Usia.....	52
Tabel 11 Agama.....	53
Tabel 12 Jenis Idola yang Disukai	53
Tabel 13 Deskripsi statistik	55
Tabel 14 Rumus Kategorisasi.....	56
Tabel 15 Kategorisasi Religiusitas	56
Tabel 16 Kategorisasi <i>Celebriy Worship</i>	57
Tabel 17 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 18 Hasil Uji Linearitas	59
Tabel 19 Hasil Uji Hipotesis	60

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Daftar Lampiran

Lampiran 2 tabulasi data <i>try out</i> religiusitas	70
Lampiran 3 tabulasi data <i>try out celebrity worship</i>	72
Lampiran 4 Skala penelitian.....	74
Lampiran 5 tabulasi data penelitian religiusitas.....	81
Lampiran 6 tabulasi data penelitian <i>celebrity worship</i>	86
Lampiran 7 <i>try out</i> religiusitas	91
Lampiran 8 <i>try out celebrity worship</i>	95
Lampiran 9 hasil uji normalitas.....	100
Lampiran 10 hasil uji linearitas.....	101
Lampiran 11 hasil uji hipotesis	102



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia dua dekade belakangan sangat berkembang pesat fenomena “*Korean Wave*”. Hal yang identik dari *Korean Wave* ini adalah mengenai dunia hiburan seperti musik, drama, film dan *variety shows*. Karena perkembangan budaya korea yang pesat dan meluas secara global di berbagai negara, salah satunya Indonesia. Banyak masyarakat yang menyukai musik, drama, film dan *variety shows* dari negeri ginseng ini. Salah satu yang paling diminati oleh masyarakat terutama kaum milenial yaitu musik pop asal korea. Musik pop asal negeri ginseng ini, biasa disebut *Korean Pop*/K-Pop sangat menarik masyarakat. Bahkan Indonesia pada tahun 2019 berada pada peringkat 3 tentang daftar negara yang paling banyak men-*tweet* terkait artis K-pop berdasarkan pengumuman Twitter (Sarajwati, 2020). Popularitas K-Pop ini turut mendorong pembentukan komunitas penggemar atau fanbase, di mana penggemar berkumpul untuk menunjukkan dukungan mereka terhadap idola, seperti mempromosikan karya-karya sang idola.

Budaya K-Pop yang semakin berkembang ini tidak hanya menciptakan minat terhadap hiburan Korea tetapi juga membentuk budaya baru di kalangan penggemar. Interaksi dengan budaya K-Pop dapat membawa pengaruh signifikan, dan bahkan menciptakan fanatisme di kalangan penggemar menurut Wijayanti dalam Juwita (2018). Fanatisme sendiri, seperti yang dijelaskan oleh

Goddard (2001) merupakan suatu keyakinan yang kuat dan terkadang membuat seseorang kehilangan rasionalitas dalam mengidolakan seseorang atau sesuatu. Sikap penggemar diharapkan untuk tidak terlalu terikat secara emosional dan fanatik pada selebritas, namun menjaga keseimbangan dalam mencintai atau mendukung idolanya. Selama mengidolakan selebriti dapat memberikan dampak yang baik, hal tersebut tidak dilarang dalam agama. Misalnya mengidolakan karena kerja keras atau kebaikan-kebaikan lainnya yang dapat ditiru dari idola favorit. Seperti dalam penelitian Sheridan et. al. (2007), disebutkan bahwa *celebrity worship* bisa memiliki dampak positif, seperti memberikan motivasi individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu yang lebih positif, individu yang menyukai selebriti karena hiburan dan alasan-alasan sosial juga dapat menjadi lebih optimis, mudah bergaul, dan bahagia.

Dalam konteks agama, khususnya Islam, mencintai sesuatu secara berlebihan hingga menjadi fanatik bertentangan dengan ajaran yang menekankan keseimbangan dan mengutamakan cinta kepada Tuhan di atas segalanya. Berdasarkan dari hadits Abu Hurairah ra, Rasulullah SAW bersabda

:

احبب حبيبك هوناما، عسى ان يكون بغيضك يوماما وابغض بغيضك هونا ما، عسى ان يكون حبيبك يوماما

Artinya : “Cintailah orang yang kamu cintai sekadarnya. Bisa jadi orang yang sekarang kamu cintai suatu hari nanti harus kamu benci. Dan bencilah orang yang kamu benci sekadarnya, bisa jadi di satu hari nanti dia menjadi orang yang harus kamu cintai.” [HR. At-Tirmidzi]

Hadis di atas menjelaskan mengenai pentingnya mencintai maupun membenci dengan sederhana atau sekedarnya saja, jangan sampai mencintai sesuatu sampai menimbulkan kefanatikan begitu pun sebaliknya, jangan sampai membenci sesuatu sampai menimbulkan dendam. Sebagai manusia mencintai maupun membenci adalah sifat yang wajar. Namun, jangan sampai berlebihan dalam mencintai maupun membenci, karena khawatir suatu saat akan membekas di dalam hati.

Penggemar tentunya dalam mengidolakan satu orang atau lebih selebriti sebagai panutan merupakan hal yang wajar menurut Gunarsa (dalam Riny, 2022) . Namun, semestinya sebagai umat islam, senantiasa untuk mengagumi Allah dan Rasul Nya di atas yang lainnya. Dalam ayat Al-Qur'an, yaitu At-Taubah : 24 :

فَلِنْ كَانَ أَبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسْكِنٌ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِّنْ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرٍ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ

Artinya : “ Katakanlah, “Jika bapak-bapakmu, anak-anakmu, saudara-saudaramu, istri-istrimu, keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perdagangan yang kamu khawatirkan kerugiannya, dan rumah-rumah tempat tinggal yang kamu sukai, lebih kamu cintai dari pada Allah dan Rasul-Nya serta berjihad di jalan-Nya, maka tunggulah sampai Allah memberikan keputusan-Nya.” Dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang fasik.”

Ayat Al-Qur'an di atas merupakan dalil yang menjelaskan akan kewajiban mencintai Allah dan Rasul-Nya, dan mendahulukannya di atas kecintaan kepada segala sesuatu selain kedua-Nya, serta ancaman keras dan kemarahan besar atas siapa saja yang salah satu dari yang disebutkan ini lebih dia cintai daripada Allah, Rasul-Nya, dan jihad di jalan-Nya. Dan tandanya adalah bahwa jika dia dihadapkan pada dua perkara, yang pertama dicintai oleh Allah dan Rasul-Nya dan dia tidak memiliki hasrat padanya, dan kedua dicintai dan diinginkan oleh nafsunya, akan tetapi ia mengakibatkan lenyapnya apa yang dicintai oleh Allah dan Rasul-Nya atau menguranginya, maka jika dia mendahulukan apa yang diinginkan oleh nafsunya daripada apa yang dicintai Allah, berarti itu menunjukkan bahwa dia zhalim dan telah meninggalkan apa yang wajib atasnya. Mereka yang bersikap demikian itu adalah orang-orang fasik yang tidak akan mendapat hidayah dari Allah SWT. Namun, faktanya saat ini tidak sedikit umat muslim lebih mencintai kesenangan yang didapatkan di dunia seperti kecintaannya pada idola K-Pop. Cinta yang berlebihan kepada selebritas dapat mengalihkan fokus dari nilai-nilai spiritual yang lebih tinggi dan mengarah pada perilaku yang tidak sesuai dengan norma-norma agama. Sehingga cinta tersebut dapat menimbulkan fanatisme dan *celebrity worship* atau pemujaan berlebihan terhadap sang idola yang dapat merugikan sang penggemar.

Fenomena fanatisme terhadap selebritas ini disebut juga dengan istilah *celebrity worship*. Oknum penggemar fanatik ini memiliki keyakinan, rasa memiliki dan kesetiaan yang sangat kuat serta tidak rasional terhadap artis

yang mereka idolakan (Brooks, 2021). *Celebrity worship* merupakan hubungan parasosial yang dimana adanya bentuk pemujaan antara individu dengan idolanya yang menjadi terobsesi pada selebriti idolanya tersebut (Lynn E. McCutcheon, 2003). Sedangkan, hubungan parasosial menurut Dibble et.al (2016) adalah hubungan antara penonton dan penampil dengan adanya ilusi keakraban yang dianggap sebagai hubungan personal yang nyata.

Namun, beberapa individu tidak jarang menjadi terpengaruh idolanya terlalu dalam, sehingga menyebabkan perilaku yang tidak wajar dan berubah menjadi obsesi ketika memuja idola (Lynn E. McCutcheon, 2003). Contoh perilaku dari *celebrity worship syndrome* yaitu mengenai *sasaeng* fans. Kata *sasaeng* sendiri berasal dari bahasa korea “sa” artinya pribadi atau privasi dan “saeng” artinya kehidupan, yang berarti kehidupan pribadi yaitu mengacu pada kehidupan pribadi selebritas itu. Para penggemar yang melanggar batas privasi selebritas untuk mendapatkan perhatian mereka. Dampak dari perilaku seperti ini tidak hanya merugikan selebritas yang menjadi objek pemujaan tetapi juga dapat mengganggu kesejahteraan psikologis penggemar sendiri (Tionardus, 2020).

Selain perilaku *sasaeng* fans, adapun dampak yang ditimbulkan jika perasaan kagum yang berlebihan terus tumbuh kepada idola. Sheridan et. al. (2007) menyatakan dalam penelitiannya bahwa antara *celebrity worship* dengan kriminalitas terdapat hubungan yang positif serta antara *celebrity worship* dengan adiksi juga memiliki hubungan yang positif. Hal ini memiliki

makna bahwa semakin tinggi *celebrity worship*, maka semakin tinggi pula tingkat kriminalitas dan kecanduan.

Sebanyak 100 penggemar K-Pop menjadi responden dalam survei yang dilakukan oleh kumparan. Menghasilkan sebanyak 56% penggemar yang mencari tahu kegiatan idolanya dengan menghabiskan 1-5 jam lamanya dan juga 28% penggemar menghabiskan lebih dari 6 jam waktunya untuk mencari kegiatan serupa (Nurani, 2017). Berdasarkan hasil identifikasi pada penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Nugrahawati (2022) terdapat 48% penggemar memiliki tingkat *celebrity worship* yang tinggi, dengan aspek *entertainment social* memiliki kategori tertinggi yaitu 91,6%.

Mengidolakan seorang idola tidak akan menjadi sebuah masalah selama dalam tahap yang wajar dan tidak berlebihan. Hal-hal yang berlebihan itu akan menjadi tidak baik, seperti halnya menghabiskan waktu hanya untuk mencari kegiatan idola favorit. Fenomena ini diharapkan tidak terjadi jika seseorang memiliki religiusitas yang tinggi di mana dapat memahami dengan baik mengenai agama yang diyakininya. Dengan hal ini, maka seseorang memahami bahwa hal yang diagungkan hanya Tuhan yang maha menciptakan dan menghindari perilaku-perilaku yang bertentangan dalam ketentuan agama. Sebagaimana, menurut Maltby et. al. (2002) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi *celebrity worship* yaitu mencakup usia, jenis kelamin, *cognitive ability* atau kemampuan kognitif dan keterampilan sosial. Sementara menurut swami (2011) antara lain religiusitas, *body image* atau konsep seseorang melihat tubuhnya dan kepribadian.

Individu yang di dalam kehidupan sehari-harinya berperilaku dan mengamalkan nilai-nilai serta ajaran agamanya dinilai individu yang religius. Keberagamaan atau religiusitas menurut Ancok dan Suroso (1994) tidak hanya terbatas pada perilaku ritual beribadah individu, namun juga dalam aktivitas lain yang dipengaruhi oleh kekuatan supranatural. Hal ini tidak hanya mencakup aktivitas yang dapat diamati secara fisik, tetapi juga aktivitas yang terjadi di dalam hati atau batin. Berdasarkan teori di atas, agama dianggap sebagai sistem nilai yang dapat berfungsi sebagai pertahanan, mampu membatasi seseorang dari pengaruh negatif *celebrity worship syndrome*. Jika seseorang memiliki keyakinan yang kuat terhadap agama yang diyakininya dan melaksanakan ajarannya, keyakinan tersebut dapat menjadi pembatas terhadap perilaku yang salah terhadap diri sendiri dan orang lain.

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Maltby dkk (2002) menunjukkan hasil bahwa seiring meningkatnya religiusitas pada laki-laki dan perempuan, perilaku *celebrity worship* cenderung menurun. Sejalan dengan penelitian tersebut, Swami (2011) mengatakan bahwa religiusitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *celebrity worship*, bersama dengan faktor lain seperti *body image* dan kepribadian. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Tresna, Sukamto, & Tondok, (2021) bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek hiburan sosial dari *celebrity worship* membuktikan korelasi positif yang signifikan dengan dimensi orientasi penampilan citra tubuh. Berarti terdapat pengaruh antara *celebrity worship* terhadap *body image* penggemar *girl grup K-Pop*.

Penelitian lain mengenai *celebrity worship* dengan religiusitas telah dilakukan sebelumnya oleh Sitasari, Margarett, Safitri, dan Lisdayanti (2020) di Indonesia menjelaskan bahwa terdapat hubungan negatif antara religiusitas dengan *celebrity worship* pada penggemar boyband 2pm, artinya pada komunitas boyband tersebut tingkat keterkaitan dengan idolanya rendah. Namun, hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Liu (2013) yang memiliki hasil positif dari hubungan religiusitas dengan *celebrity worship*, di mana baik dari orang yang religius maupun tidak religius terhadap agamanya cenderung memiliki keterikatan dengan hubungan parasosial dengan selebriti.

Berdasarkan uraian pemaparan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan religiusitas terhadap *celebrity worship* pada penggemar K-pop.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara religiusitas dengan *celebrity worship* pada penggemar K-pop.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk memperdalam dan memperkaya keilmuan psikologi. Khususnya psikologi sosial mengenai hubungan religiusitas terhadap *celebrity worship* pada penggemar K-Pop.

2. Manfaat Praktis

Jika dalam penelitian ini hipotesis terbukti :

a. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan sebagai bahan bacaan dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dalam mendalami hubungan religiusitas terhadap *celebrity worship* pada penggemar K-Pop.

b. Bagi penggemar K-Pop

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan kepada penggemar K-Pop mengenai hubungan religiusitas terhadap *celebrity worship*, yang nantinya akan bermanfaat untuk pemahaman lebih lanjut kepada penggemar tentang tingkat keberagamaan dan dapat lebih waspada terhadap dampak negatif dari *celebrity worship* pada penggemar K-Pop.

D. Keaslian penelitian

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Grand Theory	Metode Penelitian	Alat Ukur	Subjek & Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Luthfi, D. A. S., & Harsono, Y. T. Jurnal Flourishing, 2(3), 146-151.	Pengaruh Harga Diri Terhadap <i>Celebrity Worship</i> Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal di Kota Malang.	(2022)	Teori harga diri dan teori <i>celebrity worship</i> oleh maltby 2005.	Menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif.	<i>Rosenberg Self Esteem Scale</i> (RSES) dan <i>Celebrity Attitude Scale</i> (CAS).	Terdapat 161 orang penggemar K-pop di Kota Malang dengan rentang usia 18-25 tahun yang terlibat sebagai subjek penelitian.	Terdapat adanya pengaruh harga diri terhadap <i>celebrity worship</i> pada penggemar Kpop dewasa awal di Kota Malang sebesar 29,6% dengan nilai signifikansi 0.000 (sig < 0.05).
2	Utami, F. R., Rozali, Y. A., &	Hubungan Kontrol Diri dengan	(2021)	Teori <i>celebrity worship</i>	Menggunakan metode kuantitatif	Skala kontrol diri dan skala	Subjek sebanyak 100 orang ARMY	Terdapat hubungan negatif lemah

	Sitasari, N. W. <i>Psychomun-ity Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul</i> (Vol. 1, No. 01). .	<i>Celebrity Worship</i> Pada Army BTS Dewasa Awal.		maltby dan teori kontrol diri tangney et., al 2004	non-eksperiment al.	<i>celebrity worship.</i>	BTS Indonesia di	yang signifikan antara kontrol diri dengan <i>celebrity worship</i> pada kelompok dewasa awal yang merupakan penggemar BTS yaitu ARMY.
3	Lestari, E. V. R., & Nugrahawati, E. N. (2022, January). <i>Bandung Conference Series: Psychology Science</i> (Vol. 2, No. 1, pp. 137-146).	Pengaruh Religiusitas Terhadap <i>Celebrity Worship</i> pada Dewasa Awal Penggemar K-Pop Fandom NCTzen.	(2022)	Teori <i>celebrity worship</i> oleh maltby dan teori religiusitas oleh glock and stark.	Menggunakan metode kuantitatif.	Skala religiusitas berdasarkan teori Glock & Stark dan skala <i>celebrity worship</i> menggunakan <i>celebrity attitude scale</i> dari Maltby et al (2006)	Subjek sebanyak 928 orang dewasa awal yang merupakan bagian dari penggemar NCTzen	Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara tingkat religiusitas dan <i>celebrity worship</i> pada dewasa awal yang menjadi penggemar NCTzen.

4	McCutcheon, L. E., Zsila, Á., & Demetrovics, Z. <i>BMC psychology</i> , 9, 1-11.	<i>Celebrity Worship and Cognitive Skills Revisited: Applying Cattell's Two-Factor Theory of Intelligence in a Cross-Sectional Study.</i>	(2021)	Teori <i>celebrity worship</i> dan harga diri.	Menggunakan desain penelitian <i>cross-sectional</i> .	Alat ukur CAS untuk mengukur <i>celebrity worship</i> . Skala harga diri Rosenberg.	Subyek 1.763 orang dewasa Hungaria.	Penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa <i>celebrity worship</i> berkorelasi negatif dengan performa tes kognitif, bahkan setelah mengendalikan variabel demografis, kekayaan, dan harga diri. Temuan ini mengindikasikan hubungan langsung antara <i>celebrity worship</i> dan penurunan keterampilan kognitif, meskipun dengan kekuatan penjelasan
---	--	---	--------	--	--	---	-------------------------------------	---

								terbatas. Tingkat pendidikan juga memengaruhi kinerja kognitif.
5	Aufa, R., Mar'at, S., & Tiatri, S. <i>Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni</i> , 3(2), 539-548.	Peranan <i>Cognitive Flexibility</i> , <i>Self-Esteem</i> , dan <i>Loneliness</i> Terhadap <i>Celebrity Worship</i> pada Remaja.	(2019)	Teori <i>Cognitive Flexibility</i> oleh martin dan rubin 1995, teori <i>Self-Esteem</i> oleh rosenberg 1965, teori <i>Loneliness</i> oleh russel dan cotrona 1988, dan teori <i>celebrity worship</i> oleh maltby.	Menggunakan metode kuantitatif .	Dalam penelitian ini, alat ukur <i>celebrity attitude scale</i> (CAS) diadaptasi dari Stephanie (2012), <i>cognitive flexibility scale</i> diadaptasi dari teori Martin & Rubin (1995), <i>self esteem</i> diukur dengan menggunakan <i>Rosenberg</i>	Subjek sebanyak 630 remaja berusia 10-24 tahun.	Hasil penelitian ini, terlihat bahwa <i>cognitive flexibility</i> , <i>self esteem</i> , <i>loneliness</i> , usia dan jenis kelamin (sebagai data demografi) memiliki peran terhadap <i>celebrity worship</i> pada remaja dengan nilai R2 sebesar 12,1%. Secara spesifik, terdapat dua variabel yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>celebrity</i>

						<i>self esteem scale (RSES)</i> diadaptasi dari Anggraeni (2018) berdasarkan teori Rosenberg (1995). Untuk mengukur <i>loneliness</i> , digunakan UCLA <i>loneliness scale</i> yang diadaptasi dari Armen (2017) berdasarkan teori Russel & Cotrona (1988).		<i>worship cognitive flexibility</i> dan <i>loneliness</i> . yaitu dan
6	Sitasari, N. W., Margaret.,	<i>Religiosity and Celebrity Worship</i>	(2020)	Teori religiusitas Glock &	Metode penelitian	Skala religiusitas dari teori	Subjek sebanyak 52 anggota	Hasil penelitian ini terdapat adanya

	M, Safitri., & Lisdayanti, A. <i>International Journal of Psychosocial Rehabilitation</i> , 24(1).	<i>Relationship: a Study of 2PM Boyband Fans Communities</i>		Stark dan teori <i>Celebrity Worship</i> Maltby 2002	kuantitatif korelasional.	Glock & Stark diadaptasi oleh Fadillah, Mariyanti dan Safitri (2018) dan skala <i>Celebrity Attitude Scale (CAS)</i> oleh Maltby et.al (2006).	komunitas AIHU.	hubungan negatif signifikan antara religiuistas dengan <i>celebrity worship</i> pada anggota komunitas AIHU
7	Linawati, R. A., & Desiningrum, D. R. <i>Jurnal Empati</i> , 6(3), 105-109.	Hubungan Religiusitas dengan <i>Psychological Well-Being</i> pada Siswa SMP Muhammadiyah 7 Semarang.	(2017)	Teori religiusitas oleh glock dan stark dan teori <i>Psychological Well-Being</i> oleh wells 2010.	Metode penelitian kuantitatif.	Skala religiusitas dalam penelitian ini disusun berdasarkan dari dimensi Glock & Stark (dalam Ancok dan Suroso, 2001), sementara	Subjek 49 siswa kelas VII dan kelas VIII di SMP Muhammadiyah 7 Semarang.	Penelitian ini menghasilkan bahwa terdapat hubungan positif antara religiusitas dan <i>psychological well-being</i> pada siswa SMP Muhammadiyah 7 Semarang. Hasil analisis menunjukkan

						skala <i>psychological well-being</i> disusun dengan merujuk pada dimensi dari Ryff dan Singer (dalam Wells, 2010).		nilai koefisien korelasi $r_{xy} = 0,756$ dengan $p = .000$ ($p < .001$), menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas, maka semakin tinggi pula <i>psychological well-being</i> .
8	Maryam, N., & Dewi, M. S.	Pengaruh Pola Asuh Orang Tua dan <i>Celebrity Worship</i> Terhadap <i>Self-Esteem</i> Remaja Penggemar K-Pop di DKI Jakarta	(2019)	Teori pola asuh, teori <i>celebrity worship</i> oleh Maltby dan teori <i>self-esteem</i> oleh Rosenberg.	Metode penelitian kuantitatif.	Penelitian ini menggunakan alat ukur <i>self-esteem</i> yang diadaptasi dari <i>Rosenberg Self-Esteem Scale</i> (RSES), alat ukur pola asuh yang diadaptasi dari <i>Parental</i>	Subjek 200 penggemar K-Pop di wilayah DKI Jakarta dengan rentang usia remaja 15 hingga 18 tahun.	Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pola asuh orang tua, <i>celebrity worship</i> , jenis kelamin, dan status sosial ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>self-esteem</i>

						<p><i>Authority Questionnaire (PAQ)</i> oleh Buri (1991) dan alat ukur <i>celebrity worship</i> yang diadaptasi dari <i>celebrity attitude scale (CAS)</i> (McCutcheon, Lange, & Houran, 2002).</p>		<p>penggemar remaja K-Pop di DKI Jakarta.</p>
9	<p>Gupta, A., Choudhary, A., Chhabra, D., & Abraham, B. <i>Indian Journal of Psychological Science</i> Vol, 16(2).</p>	<p><i>Impact of Celebrity Worshiping on Body Image and Maladaptive Daydreaming in Young Adults.</i></p>	(2023)	<p>Teori <i>celebrity worship</i>, <i>body image</i> & <i>maladaptive daydreaming</i>.</p>	<p>Metode penelitian kuantitatif.</p>	<p>Skala CAS untuk mengukur <i>celebrity worship</i>. Skala neurotisme, skala untuk mengukur <i>body image</i> &</p>	<p>Subjek sebanyak 70 orang dewasa awal berusia 18-25 tahun.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>celebrity worship</i>, khususnya dalam dimensi <i>entertainment-social</i> dan <i>borderline-pathological</i>, berkorelasi</p>

						<i>maladaptive daydreaming</i>	<p>positif dengan <i>body image</i> negatif dan kecenderungan <i>maladaptive daydreaming</i>. Penggemar yang sangat terlibat cenderung lebih terpengaruh oleh standar tubuh ideal selebriti. Fleksibilitas kognitif juga terbukti sebagai mediator parsial, di mana rendahnya fleksibilitas kognitif memperkuat efek negatif <i>celebrity worship</i> terhadap ketidakpuasan <i>body image</i>.</p>
--	--	--	--	--	--	------------------------------------	---

10	Benu, J. M. Y., Takalapeta, T., & Nabit, Y. <i>Journal of Health and Behavioral Science</i> , 1(1), 13-25.	Perilaku <i>Celebrity Worship</i> pada Remaja Perempuan.	(2019)	Teori <i>celebrity worship</i> oleh maltby dan giles 2008.	Penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan fenomenologis.	Data dikumpulkan melalui metode wawancara yang mendalam.	Tiga remaja perempuan dengan rentang usia 14 hingga 19 tahun menjadi subjek dalam penelitian ini.	Penelitian ini mengungkapkan bahwa <i>celebrity worship</i> memiliki dampak yang bersifat negatif maupun positif terhadap kehidupan remaja.
----	--	--	--------	--	---	--	---	---

Berdasarkan penelitian di atas, penelitian ini memiliki perbedaan dalam beberapa hal, antara lain :

1. Keaslian Topik

Topik yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan religiusitas terhadap *celebrity worship* pada penggemar K-Pop. Terdapat beberapa kesamaan dan perbedaan pada topik ini dengan topik penelitian sebelumnya. Topik dengan religiusitas terhadap *celebrity worship* memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitasari, dkk (2020) dan Lestari & Nugrahawati (2022) . Namun, pemilihan variabel pada topik ini berbeda dengan penelitian sebelumnya milik Luthfi & Harsono (2022) yang menghubungkan harga diri dengan *celebrity worship*, penelitian Utami, dkk (2021) yang menghubungkan kontrol diri dengan *celebrity worship*, penelitian McCutcheon, Zsila, & Demetrovics (2021) yang menghubungkan *celebrity worship* dengan harga diri, penelitian Aufa, dkk (2019) yang menghubungkan *cognitive flexibility*, *self-esteem*, dan *loneliness* dengan *celebrity worship*, penelitian Linawati & Desiningrum (2017) yang menghubungkan religiusitas dengan *psychological well-being*, penelitian milik Maryam & Dewi (2019) yang menghubungkan pola asuh orang tua dan *celebrity worship* dengan *self-esteem*, penelitian milik Gupta dkk (2023) yang menghubungkan *celebrity Worship* dengan *body image* dan *maladaptive daydreaming*, penelitian Benu, dkk (2019) dengan topik perilaku *celebrity worship*.

2. Keaslian Teori

Penelitian ini mengacu pada teori *celebrity worship* dari Maltby dkk (2006) yang memiliki kesamaan teori dengan penelitian terdahulu. Serta penelitian ini menggunakan teori religiusitas dari Huber dan Huber (2012). Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan teori religiusitas menurut Glock & Stark.

3. Keaslian Alat Ukur

Pada penelitian ini menggunakan alat ukur skala *celebrity worship* oleh Maltby dkk (2006) dan alat ukur variabel religiusitas berdasarkan dimensi-dimensi Huber dan Huber yang telah diadaptasi Purnomo dan Suryadi (2017).

4. Keaslian Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu penggemar K-Pop.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan signifikan antara religiusitas dengan *celebrity worship* pada penggemar K-Pop di D.I. Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. pada uji korelasi *Spearman rank* sebesar 0,129 ($P > 0,05$) dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,141 ($P > 0,05$). Dapat diasumsikan bahwa *celebrity worship* tidak dipengaruhi oleh religiusitas, melainkan dipengaruhi faktor-faktor lain.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, berikut terdapat saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi beberapa pihak, antara lain :

1. Bagi Para Penggemar

Para penggemar sebaiknya mengagumi idola mereka dengan sewajarnya. Dukungan terhadap idola dapat dilakukan dengan mengapresiasi karya mereka, bukan hanya karena faktor visual semata. Hal ini untuk mencegah obsesi yang berlebihan yang dapat mengakibatkan pengabaian terhadap kewajiban yang harus dijalankan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang berminat untuk mengeksplorasi tema yang sama, disarankan untuk lebih teliti dalam menentukan faktor-faktor yang akan dijadikan variabel pengaruh. Seperti *self-esteem*, *body image*, dan *cognitive flexibility*. Selain itu, perlu dilakukan pengujian terhadap model variabel mediasi atau moderasi untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

- Aini Linawati, R., & Ratri Desiningrum, D. (2017). Hubungan antara religiusitas dengan psychological well-being pada siswa Muhammadiyah 7 Semarang. In *Jurnal Empati*, 7(3).
- Alwi, I. (2015). Kriteria empirik dalam menentukan ukuran sampel pada pengujian hipotesis statistika dan analisis butir. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 2(2).
- Amanah, F. N. (2022). Pengaruh religiusitas dan self-control terhadap prokratinasi akademik mahasiswa Muslim yang sedang mengerjakan skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ancok, D., & Fuad, N. S. (1994). *Psikologi Islam solusi Islam atas Probelm-problem psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Arundati, N., Vania, A. A., & Arisanti, M. (2019). Perilaku celebrity worship pada anggota fandom exo dalam komunitas exo-l bandung. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 53-72.
- Aufa, R., Mar'at, S., & Tiatri, S. (2019). Peranan cognitive flexibility, self-esteem, dan loneliness terhadap celebrity worship pada remaja. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 3(2), 539-548.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Benu, J. M. Y., Takalapeta, T., & Nabit, Y. (2019). Perilaku celebrity worship pada remaja perempuan. *Journal of Health and Behavioral Science*, 1(1), 13-25.
- Brooks, S. K. (2021). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*, 40(2), 864-886.
- Brown, W. (2015). Examining four processes of audience involvement with media personae: Transportation, parasocial interaction, identification, and worship. *Communication Theory*, 259-283)
- Diaz Araisya Sabrina Luthfi, Y. T. (2022). Pengaruh harga diri Terhadap Celebrity Worship pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal di Kota Malang. *Jurnal Flourishing*, 146-151.
- Dibble, J. L., Hartmann, T., & Rosaen, S. F. (2016). Parasocial interaction and parasocial relationship: Conceptual clarification and a critical assessment of measures. *Human communication research*, 42(1), 21-44.

- Exsha Vividia Rachmawati Lestari, & Eni Nuraeni Nugrahawati. (2022). Pengaruh Religiusitas terhadap Celebrity Worship pada Dewasa Awal Penggemar K-Pop Fandom NCTzen. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.778>
- Fadillah, A. C. (2022). Pengaruh Konformitas dan Religiusitas Terhadap Celebrity Worship pada Penggemar Boygroup BTS (BANGTAN SONYEONDAN) di SALATIGA.
- Ghaffara, A., & Qodariah, S. (2022). Hubungan self-control dengan celebrity worship pada mahasiswa penggemar stray kids di bandung. In *Bandung Conference Series: Psychology Science* 2(1), 439-445.
- Ghufron, M. N., & Suminta, R. R. (2016). *Teori-teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media.
- Goddard. (2001). *Mencari Akar Fanatisme Ideologi, Agama atau Pemikiran*. Ghalia Indonesia.
- Huber, S. H. (2012). The Centrality of Religiosity Scale (CRS). *Religions*, 710-724.
- Jalaluddin. (2016). *Psikologi Agama: Memahami Perilaku dengan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi*. Rajawali Pers.
- John Maltby, J. H. (2002). Thou shalt worship no other gods - unless they are celebrities: the relationship between celebrity worship and religious orientation. *Personality and Individual Differences*, 1157-1172.
- John Maltby, L. 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*, 273-283.
- Juwita, S. H. (2018). Tingkat Fanatisme Penggemar K-Pop dan Kemampuan Mengelola Emosi pada Komunitas EXO-L di Kota Yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*, 273-286.
- Liu, J. K. K. (2013). *Idol worship, religiosity, and self-esteem among university and secondary students in Hong Kong*.
- Lorraine Sheridan, A. N. (2007). Celebrity worship, addiction and criminality. *Psychology, Crime & Law*, 559-571.
- Luthfi, D. A. S., & Harsono, Y. T. (2022). PENGARUH HARGA DIRI TERHADAP CELEBRITY WORSHIP PADA PENGGEMAR K-POP

- DEWASA AWAL DI KOTA MALANG. *Flourishing Journal*, 2(3), 146–151. <https://doi.org/10.17977/um070v2i32022p146-151>
- Lynn E. McCutcheon, D. D. (2003). A Cognitive Profile of Individuals Who Tend to Worship Celebrities. *The Journals of Psychology*, 309-322.
- Maltby, J. (2004). Celebrity and Religious Worship: A Refinement. *The Journal of Psychology*, 286-288.
- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, 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. <https://doi.org/10.1348/135910704X15257>
- Mandas, A. L., & Suroso, S. (2018). Hubungan antara konsep diri dengan celebrity worship pada remaja pecinta korea di Manado ditinjau dari jenis kelamin. *PSIKOVIDYA*, 22(2), 164-189.
- Maryam, N., & Dewi, M. S. (2019). PENGARUH POLA ASUH ORANG TUA DAN CELEBRITY WORSHIP TERHADAP SELF-ESTEEM REMAJA PENGGEAR K-POP DI DKI JAKARTA.
- Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (2019). Alfabeta, CV.
- Nurani, N. (2017, Januari 6). *KumparanK-POP*. Dipetik November 16, 2023, dari Kumparan K-POP: <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja>
- Riny, N. M. (2022). *HUBUNGAN ANTARA PERILAKU CELEBRITY WORSHIP DENGAN COMPULSIVE BUYING PENGGEAR K-POP DEWASA AWAL DI YOGYAKARTA*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Sansone, R. A., Sansone, L. A. (2014). I'm Your Number One Fans, A Clinical Look at Celebrity Worship. *Innov Clin Neurosci*, 11(1-2), 39-43.
- Sarajwati, M. K. (2020, September 30). *EGSA*. Dipetik Juni 21, 2022, dari egsaugm: <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>
- Shihab, M. Q. (1994). *"Membumikan" Al-Quran: fungsi dan peran wahyu dalam kehidupan masyarakat*. Mizan Pustaka.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (19th ed.). Alfabeta. <https://id1lib.org/book/5686376/9d6534>

- Sumanty, D., Sudirman, D., & Puspasari, D. (2018). Hubungan Religiusitas dengan Citra Tubuh pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Islam Dan Budaya*, 1(1), 9–28. <https://doi.org/10.15575/jpib.v1i1.2076>
- Suryadi, F. H. (2017). Uji Validitas Konstruk pada Instrumen Religiusitas dengan Metode Confirmatory Factor Analysis (CFA). *JP3I*, 145-154.
- Suseno, M. N. (2012). Statistika: Teori dan Aplikasi untuk Penelitian Ilmu Sosial dan Humaniora. Ash-Shaff.
- Swami, V., Chamorro-Premuzic, T., Mastor, K., Hazwani Siran, F., Said, M. M. M., Jaafar, J., Sinniah, D., & Pillai, S. K. (2011). Celebrity worship among university students in Malaysia: a methodological contribution to the celebrity attitude scale. *European Psychologist*, 16(4), 334-342.
- Tionardus, M. (2020). Mengenal Sasaeng, Fans Garis Keras Kpop Yang Ganggu Kehidupan Pribadi Idol. Diakses tanggal 10 November 2024 dari <https://www.kompas.com/hype/read/2020/01/24/095313266/mengenal-sasaengfans-garis-keras-kpop-yang-ganggu-kehidupan-pribadi-idol>.
- Tresna, K. A. A. D., Sukanto, M. E., & Tondok, M. S. (2021). Celebrity worship and body image among young girls fans of K-pop girl groups. *Humanitas Indonesian Psychological Journal*, 18(2), 100-111.
- Utami, F. R., Rozali, Y. A., & Sitasari, N. W. (2021). Hubungan kontrol diri dengan celebrity worship pada ARMY BTS dewasa awal. In *Psychomunity Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul* (Vol. 1, No. 01).
- Sitasari, N. W., Safitri, M., & Lisdayanti, A. (2020). Religiosity and celebrity worship relationship: a study of 2pm boyband fans communities. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(1).
- Wahyuni, I., Sutarno, & Andika, R. (2020). HUBUNGAN TINGKAT RELIGIUSITAS DENGAN TINGKAT KECEMASAN MAHASISWA DI MASA PANDEMI COVID-19. In *Jurnal Kesehatan Al-Irsyad*, 13(2).