

# Putri Wahyu Wiji Lestari 6

*by Psikologi Umsida*

---

**Submission date:** 13-May-2025 06:58AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2557547096

**File name:** putri\_wahyu\_wiji\_lestari.docx (158.99K)

**Word count:** 4144

**Character count:** 27664



## THE INFLUENCE OF PSYCHOLOGICAL WELL-BEING AND LONELINESS ON CELEBRITY WORSHIP OF K-POP FANS [PENGARUH PSYCHOLOGICAL WELL-BEING DAN LONELINESS TERHADAP CELEBRITY WORSHIP PADA FANS K-POP]

Putri Wahyu Wiji Lestari <sup>1)</sup>, Lely Ika Mariyati <sup>\*2)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Psikologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup> Program Studi Psikologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Email Penulis Korespondensi: [ikalely@umsida.ac.id](mailto:ikalely@umsida.ac.id)

**Abstract.** This study analyzes the influence of psychological well-being and loneliness on celebrity worship among K-pop fans aged 18–25, categorized into three levels: entertainment-social, intense-personal, and borderline-pathological. Using a quantitative approach with a regression design and simple random sampling technique, data were collected through an online questionnaire utilizing the Celebrity Worship Scale (CWS), UCLA Loneliness Scale, and Psychological Well-Being Scale (PWBS). The results of multiple regression analysis indicate that both variables significantly influence celebrity worship, both simultaneously and partially, with a contribution of 58.7%, while the remaining 41.3% is assumed to be influenced by other factors not examined in this study, such as self-esteem, social support, or affiliation needs.

**Keywords** - author guidelines: Psychological Well-Being; Loneliness; Celebrity Worship; Fans Kpop

**Abstrak.** Penelitian ini menganalisis pengaruh psychological well-being dan loneliness terhadap celebrity worship pada fans K-pop usia 18–25 tahun, yang dibagi dalam tiga tingkat: entertainment-social, intense-personal, dan borderline-pathological. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain regresi dan teknik simple random sampling, data dikumpulkan melalui kuesioner online dengan celebrity worship scale (CWS), UCLA loneliness scale, dan psychological well-being scale (PWBS). Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa kedua variabel berpengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap celebrity worship, dengan kontribusi 58,7%, sementara 41,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti self-esteem, social support, atau kebutuhan afiliasi.

**Kata Kunci** - petunjuk penulis: Psychological Well-Being; Loneliness; Celebrity Worship; Fans Kpop

### I. PENDAHULUAN

Fenomena *Korean Wave (Hallyu)*, yang merujuk pada penyebaran budaya pop Korea ke seluruh dunia, kini telah menjadi tren global yang memengaruhi berbagai aspek, termasuk psikologis dan sosial masyarakat [1]. Salah satu bentuk paling dominan dari *Korean Wave* adalah K-pop (*Korean Pop*), yang mulai mendapatkan perhatian dunia sejak lagu “*Gangnam Style*” oleh PSY mencapai posisi No. 2 di *Billboard Hot 100* pada tahun 2012 [2]. Sejak saat itu, K-pop mengalami pertumbuhan pesat dan berhasil menarik perhatian jutaan penggemar secara global melalui konsep musikal, visual, dan interaksi media sosial yang kuat.

Platform media sosial seperti Twitter berperan besar dalam penyebaran K-pop, dengan 7,5 miliar tweet terkait K-pop tercatat antara 1 Juli 2020 hingga 30 Juni 2021, meningkat 131% per tahun sejak 2010. Indonesia menjadi negara dengan penggemar K-pop terbanyak di Twitter pada periode tersebut [3]. K-pop populer di kalangan muda, khususnya mahasiswa, dengan survei IDN Times menunjukkan 66,1% penggemar adalah mahasiswa, mayoritas berusia 15-25 tahun [4]. Fenomena ini banyak terjadi pada individu di masa dewasa awal, yang sedang beradaptasi dengan peran kehidupan dewasa [5].

Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa K-pop telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat muda Indonesia, khususnya mahasiswa, yang secara psikologis dan sosial berada dalam fase eksplorasi identitas dan pembentukan relasi sosial, sehingga keterlibatan mereka terhadap budaya populer seperti K-pop berpotensi memberikan pengaruh terhadap kondisi psikologis, termasuk aspek *psychological well-being*, *loneliness*, hingga bentuk keterikatan terhadap selebriti seperti *celebrity worship*.

Dampak Hadirnya K-pop di Indonesia memicu peningkatan perilaku penggemar yang menunjukkan keterikatan kuat terhadap idola, seperti bergabung dalam fan club dan membeli merchandise. Fenomena ini dikenal sebagai *celebrity worship*, yang dapat menjadi tidak sehat jika berubah menjadi obsesi [6]. *Celebrity worship* terbagi menjadi tiga tingkatan yakni, *entertainment-social* di mana penggemar mencari hiburan dan meniru idola, *intense-personal* yang ditandai perasaan emosional dan keterlibatan personal terhadap idola, dan *borderline-pathological* ketika penggemar melakukan tindakan ekstrem bahkan melanggar hukum demi idola,



seperti sasaeng fans [7]. Menurut McCutcheon, Lange, dan Houran dikutip dari [8] faktor yang menyebabkan perilaku pemujaan selebriti adalah usia, jenis kelamin, dan keterampilan sosial. Selain itu, variabel psikologis seperti *psychological well-being* dan *loneliness* juga ditemukan berkorelasi dengan tingkat *celebrity worship*.

*Psychological well-being* merupakan kondisi kesejahteraan psikologis yang mencakup kebahagiaan, kepuasan hidup, serta kualitas hubungan interpersonal. Menurut Ryff dikutip dari [9] mengemukakan *psychological well-being* terdiri dari enam dimensi utama, yaitu kemandirian, kemampuan dalam mengelola lingkungan sekitar, perkembangan diri secara personal, keterhubungan yang sehat dengan orang lain, adanya arah dan makna hidup, serta sikap menerima diri sendiri. Tingkat kesejahteraan psikologis yang tinggi mencerminkan kesehatan mental yang baik dan kualitas hidup yang optimal. Studi oleh [10] menunjukkan bahwa *psychological well-being* berhubungan signifikan dengan *celebrity worship*, di mana penggemar dengan kesejahteraan psikologis yang baik cenderung mengidolakan selebriti secara sehat dan tidak mengganggu aspek lain dalam kehidupannya.

Menurut peplau & Perlman dikutip dari [8] *loneliness* adalah kondisi emosional yang terjadi ketika seseorang merasa tidak terpenuhinya kebutuhan sosial dan intim mereka, yang dapat menimbulkan perasaan terisolasi. Tiga aspek utama *loneliness* meliputi, *need of intimacy* yang mengacu pada ketidakpuasan akibat tidak adanya hubungan interpersonal yang erat, *cognitive process* yang menggambarkan ketidakpuasan terhadap kualitas hubungan sosial, dan *social reinforcement* yang mencerminkan pengaruh interaksi sosial terhadap tingkat kesepian seseorang. Jika interaksi sosial minim atau tidak memuaskan maka kesepian bisa meningkat. *Loneliness* memiliki dampak negatif pada kesejahteraan psikologis yang seringkali berhubungan dengan gangguan mental seperti depresi dan kecemasan [11]. Menurut Qualter et al dikutip dari [8] mengungkapkan bahwa kesepian dapat terjadi sepanjang hidup dan berhubungan dengan masalah kesehatan mental. Pada penggemar K-pop, kesepian menjadi faktor yang mendorong mereka untuk membentuk hubungan parasosial dengan selebriti. Penelitian oleh [12] menunjukkan bahwa penggemar yang merasa kesepian cenderung mencari kedekatan emosional dengan idola mereka sebagai cara untuk mengatasi perasaan terisolasi, meskipun *loneliness* berlebihan ini dapat berdampak buruk pada kesejahteraan psikologis mereka.

Interaksi antara *celebrity worship*, *loneliness*, dan *psychological well-being* pada penggemar K-pop mencerminkan hubungan yang kompleks. Penggemar yang kesepian lebih rentan terhadap pengidolaan yang tidak sehat, yang berdampak buruk pada kesejahteraan psikologis mereka, sedangkan penggemar dengan kesejahteraan psikologis yang baik lebih mampu mengelola pengidolaan secara seimbang [9]. Penelitian oleh [13] terhadap 500 penggemar K-pop di Jabodetabek menunjukkan bahwa 45% memiliki kesejahteraan psikologis yang baik, sementara yang lainnya menunjukkan tanda depresi dan kecemasan akibat pengidolaan tinggi. Penelitian oleh [12] menemukan bahwa 70% penggemar merasa kesepian dan mengatasi perasaan tersebut dengan hubungan parasosial. Penelitian oleh [10] yang melibatkan 300 anggota fansclub EXO di Bandung menunjukkan bahwa kesejahteraan psikologis yang baik berhubungan dengan tingkat *celebrity worship* moderat. Dan menurut penelitian [14] yang melibatkan Sebanyak 300 individu dari komunitas BTS ARMY Aceh dan EXOL Aceh turut serta dalam penelitian ini. Hasil analisis menunjukan bahwa 34,2% responden menunjukkan kecenderungan pada level *borderline-pathological*, sementara 33,9% berada pada kategori *intense-personal*, dan 31,9% lainnya termasuk dalam kategori *entertainment-social* dalam pola keterikatan terhadap selebriti.

Berdasarkan hasil Survei awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap 57 penggemar K-pop pada base NCT Dream INA di platform X menunjukkan mayoritas responden berusia 18-25 tahun (89%), dengan sebagian besar perempuan (93%). Lebih dari 80% responden memiliki keterikatan tinggi dengan idolanya, dengan (31,57%) "Sangat Setuju" dan (50,88%) "Setuju". Sebagian besar (60%) menggunakan Twitter untuk mendapatkan informasi tentang K-pop, diikuti Instagram (25%) dan TikTok (10%). Temuan ini menunjukkan keterikatan emosional yang tinggi terhadap idola, yang kemungkinan terkait dengan *psychological well-being* *loneliness*, dan menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian utama mengenai intensitas *celebrity worship* pada penggemar K-pop.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh kesejahteraan psikologis (*psychological well-being*) dan kesepian (*loneliness*) terhadap pengidolaan selebriti (*celebrity worship*) pada penggemar K-pop, serta diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penelitian masa depan dalam konteks budaya populer dan psikologi. Penelitian ini menghubungkan tiga variabel utama, yaitu kesejahteraan psikologis, kesepian, dan *celebrity worship*, dalam satu kerangka penelitian yang komprehensif, yang menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan pengaruh kedua faktor psikologis tersebut secara bersamaan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu penggemar K-pop di awal masa dewasa untuk meningkatkan kesejahteraan psikologis mereka, mengurangi perasaan kesepian, membangun hubungan sosial yang positif, serta mengelola keterlibatan dalam *celebrity worship* secara sehat dan seimbang. Penelitian ini juga mengali hubungan kompleks antara kesejahteraan psikologis, kesepian, dan kecenderungan terhadap pengidolaan selebriti.

## II. METODE

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis analisis regresi berganda [15]. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah *celebrity worship* sebagai variabel terikat atau biasa disebut dengan variabel Y, sedangkan variabel *psychological well-being* dan *loneliness* sebagai variabel bebas atau biasa disebut variabel X. Populasi pada penelitian ini yaitu penggemar K-pop yang tergabung dalam komunitas *SBT MARKET WTS/ WTB/ WTO/ WTT* berusia sekitar 18-25 ta (dewasa awal) yang berada di sosial media Twitter, dengan jumlah 10.000 anggota. Pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* berdasarkan tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% sehingga diperoleh 347 penggemar K-pop sebagai partisipan.

Instrumen penelitian yang digunakan terdiri dari tiga skala yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Skala *celebrity worship* mengacu pada versi per [17] dari *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang diadaptasi oleh [15] dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,882. Skala ini terdiri dari 22 aitem, yang mencerminkan tiga aspek yaitu, *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological*. Skala *psychological well-being* menggunakan *short version of psychological well-being scale* (PWB) yang dikembangkan oleh Ryff dan diterjemahkan oleh [7] dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,743. Skala ini terdiri dari 18 item yang mengukur enam aspek kesejahteraan psikologi yaitu kemandirian, kemampuan dalam mengelola lingkungan sekitar, perkembangan diri secara personal, keterhubungan yang sehat dengan orang lain, adanya arah dan makna hidup, serta sikap menerima diri sendiri. Sementara itu, skala *loneliness* menggunakan *UCLA loneliness scale* yang diadaptasi oleh [8] dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,677. Skala ini terdiri dari 20 item yang mengukur tiga aspek yakni *need of intimacy*, *cognitive process*, dan *social reinforcement*.

Data yang diperoleh dianalisis melalui beberapa tahapan, yakni uji normalitas, multikolinieritas, dan linearitas, dilanjutkan dengan uji korelasi pearson, serta uji regresi linier berganda menggunakan *software SPSS 25 Statistics for Windows*. Prosedur ini dilakukan untuk memastikan kelayakan model dan melihat kontribusi masing-masing variabel terhadap *celebrity worship*.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1.** Jumlah Fans K-pop Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-Laki	108	31,12%
Perempuan	239	68,88%
Total	347	100%

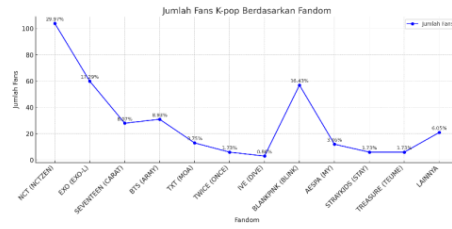
Hasil distribusi mengindikasikan bahwa sebagian besar penggemar K-Pop yang terlibat dalam penelitian ini adalah perempuan, sebanyak 239 orang (68,88%), sementara laki-laki berjumlah 108 orang (31,12%).

**Gambar 1.** Jumlah Fans K-pop Berdasarkan Usia



Distribusi responden berdasarkan usia memperlihatkan bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia 18 hingga 25 tahun, dengan kelompok usia terbanyak adalah 22 tahun (17,29%), disusul oleh usia 21 tahun (15,56%), dan usia 24 tahun (13,26%).

Gambar 2. Jumlah Fans K-pop Berdasarkan Fandom



Preferensi fandom menunjukkan bahwa grup idola paling diminati adalah NCT (29,97%), diikuti EXO (17,29%) dan BLACKPINK (16,43%). Grup lain seperti BTS, SEVENTEEN, TWICE, STRAY KIDS, IVE, dan lainnya memiliki persentase lebih kecil, menunjukkan bahwa popularitas grup K-Pop memengaruhi keterlibatan penggemar.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		347
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,54810067
Most Extreme Differences	Absolute	,034
	Positive	,031
	Negative	-,034
Test Statistic		,034
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0.200 > 0.05, yang berarti data berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi untuk analisis selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	psychological well-being	,565	1,768
	Loneliness	,565	1,768

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas ( $VIF = 1.768 < 10$ ;  $tolerance = .565 > 0,1$ ), sehingga dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

Tabel 4. Uji Linieritas

Variabel	Linierity	Deviation from Linerity	Keterangan
Celebrity Worship * Psychological well-being	.0000	0.525	Linier
Celebrity Worship * Loneliness	.0000	0.338	Linier

Hasil uji linieritas mengindikasikan bahwa hubungan antara *psychological well-being* dan *loneliness* terhadap *celebrity worship* bersifat linier nilai Sig. Linearity < .001 dan deviation from linearity > 0,05. Hal ini menandakan bahwa model regresi dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel tersebut.

Tabel 5. Uji Korelasi

		CW	PWB	Loneliness
Celebrity worship	Pearson Correlation		,719**	,674**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	347	347	347
Psychological well-being	Pearson Correlation	,719**	1	,659**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	347	347	347
Loneliness	Pearson Correlation	,674**	,659**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	347	347	347

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil uji korelasi Pearson menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara *psychological well-being* dengan *celebrity worship* dengan  $r = .719$ ;  $p < .001$  dan *loneliness* dengan *celebrity worship* dengan  $r = 0.674$ ;  $p < .001$ .

Tabel 6. Sumbangan Efektif Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,766 <sup>a</sup>	,587	,585	6,56711

a. Predictors: (Constant), Loneliness, pPsychological well-being

b. Dependent Variable: Celebrity worship

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *psychological well-being* dan *loneliness* secara simultan berkontribusi sebesar 58.7% ( $R^2 = .587$ ) terhadap *Celebrity Worship*. Sementara itu, 41.3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 7. Uji Parsial T**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33,513	1,762		19,020	,000
	Psychological well-being	,396	,038	,485	10,531	,000
	Loneliness	,266	,035	,354	7,695	,000

Berdasarkan hasil uji t-test menunjukkan bahwa *psychological well-being* ( $t = 10.531; p < .001$ ) dan *loneliness* ( $t = 7.695; p < .001$ ) berpengaruh signifikan terhadap *celebrity worship*, di mana semakin tinggi *psychological well-being* dan *loneliness*, semakin tinggi pula *celebrity worship*.

**Tabel 8. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21124,049	2	10562,024	244,906	,000 <sup>b</sup>
	Residual	14835,657	344	43,127		
1	Total	35959,706	346			

a. Dependent Variable: *Celebrity worship*

b. Predictors: (Constant), Loneliness, *Psychological well-being*

Hasil analisis Anova mengindikasikan bahwa *psychological well-being* dan *loneliness* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *celebrity worship* ( $F(3,04) = 244.906; p < 0,001$ ). Temuan ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki dampak terhadap *celebrity worship*.

**Tabel 9. Kategorisasi *Celebrity Worship***

Rentang Nilai	Kategori	Jumlah	Persentase
X < 61	Rendah	58	16.71%
61 < X < 82	Sedang	221	63.69%
X > 82	Tinggi	68	19.60%

Pada penelitian ini, *celebrity worship* dikategorikan ke dalam tiga tingkatan berdasarkan rentang nilai yang diperoleh partisipan yaitu sebanyak 58 partisipan (16,71%) berada dalam kategori rendah, 221 partisipan (63,69%) dalam kategori menengah, dan 68 partisipan (19,60%) dalam kategori tinggi.

8

**Tabel 10. Kategorisasi *Psychological well-being***

Rentang Nilai	Kategori	Jumlah	Persentase
X < 43	Rendah	78	22.48%
47 < X < 68	Sedang	172	49.57%
X > 68	Tinggi	97	27.95%

Pada penelitian ini, *psychological well-being* dikategorikan ke dalam tiga tingkatan berdasarkan rentang nilai yang diperoleh partisipan yaitu sebanyak 78 partisipan (22,48%) berada dalam kategori rendah, 172 partisipan (49,57%) dalam kategori menengah, dan 97 partisipan (27,95%) dalam kategori tinggi.

**Tabel 11. Kategorisasi *Loneliness***

Rentang Nilai	Kategori	Jumlah	Persentase
X < 47	Rendah	63	18.16%
47 < X < 74	Sedang	208	59.94%

---

X > 74	Tinggi	76	21.90%
--------	--------	----	--------

---

Pada penelitian ini, *loneliness* dikategorikan ke dalam tiga tingkatan berdasarkan rentang nilai yang diperoleh partisipan yaitu sebanyak 63 partisipan (18,16%) berada dalam kategori rendah, 208 partisipan (59,94%) dalam kategori menengah, dan 76 partisipan (21,90%) dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil uji  $t$  menunjukkan bahwa *psychological well-being* lebih berpengaruh terhadap *celebrity worship* dibandingkan *loneliness*, dengan nilai beta 0,485 ( $t = 10,531$ ;  $p < 0,001$ ). Ini menunjukkan bahwa individu dengan kesejahteraan psikologis tinggi tetap dapat terlibat dalam *celebrity worship* secara sehat. Hasil ini sejalan dengan penelitian [10] yang menunjukkan bahwa kesejahteraan psikologis memungkinkan penggemar menjalin relasi positif dengan idola tanpa mengganggu fungsi sehari-hari.

Di samping *psychological well-being*, variabel *loneliness* juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *celebrity worship* dengan nilai beta sebesar 0,354 ( $t = 7,695$ ;  $p < 0,001$ ) yang mengindikasikan bahwa individu yang merasa kesepian cenderung lebih terlibat dalam pengidolaan selebriti. Hal ini mencerminkan terbentuknya hubungan parasosial, yaitu relasi satu arah yang dirasakan intens oleh penggemar sebagai bentuk kompensasi atas kurangnya relasi interpersonal yang nyata. Temuan ini sejalan dengan studi sebelumnya [16] dan [17] yang menyatakan bahwa individu kesepian cenderung menjadikan selebriti sebagai bentuk kompensasi atas minimnya hubungan interpersonal. Hal ini sejalan dengan teori Peplau & Perlman dalam [18] yang menyatakan bahwa kesepian timbul saat ada kesenjangan antara relasi sosial yang diharapkan dan yang dialami. Dalam konteks ini, selebriti menjadi sumber kenyamanan emosional simbolik melalui media digital. Meskipun hubungan parasosial dapat mengurangi perasaan kesepian secara sementara [19] keterlibatan berlebihan dapat menghambat pembentukan relasi sosial yang sehat di dunia nyata.

Berdasarkan analisis regresi linier berganda *psychological well-being* dan *loneliness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *celebrity worship* dengan kontribusi sebesar 58,7% ( $R^2 = 0,587$ ) sementara 41,3% diasumsikan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijadikan fokus dalam penelitian ini, seperti *self-esteem*, *social support*, atau kebutuhan afiliasi [20] serta usia, jenis kelamin, dan keterampilan sosial [8]. Temuan ini sejalan dengan [21] yang menyatakan bahwa kesejahteraan psikologis dan kesepian mempengaruhi pembentukan hubungan parasosial. Individu dengan *psychological well-being* tinggi cenderung memiliki hubungan sehat dengan idola, sedangkan individu yang mengalami *loneliness* lebih rentan membentuk keterikatan yang bisa bersifat adaptif atau maladaptif.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *psychological well-being* dan *loneliness* secara signifikan memengaruhi tingkat *celebrity worship* pada fans K-pop usia dewasa awal (18–25 tahun), dengan dominasi responden pada usia 22 tahun. Temuan ini mendukung studi [5] yang menyatakan bahwa individu pada fase ini memiliki ketertarikan kuat terhadap selebriti sebagai bagian dari proses pengembangan diri. Selain itu, mayoritas responden adalah perempuan (68,88%), yang menurut [7] cenderung lebih emosional dan rentan membentuk hubungan parasosial, menjadikan mereka lebih aktif dalam keterlibatan *celebrity worship*, khususnya dalam budaya fandom K-pop.

Dalam hal preferensi fandom, NCT menjadi grup idola paling populer di kalangan responden (29,97%), diikuti oleh EXO dan BLACKPINK. Preferensi terhadap grup idola berkaitan dengan kebutuhan emosional dan sosial, seperti identitas diri dan afiliasi kelompok [13]. Strategi promosi intensif, keberadaan banyak sub-unit, serta interaksi

digital melalui platform seperti Bubble atau Weverse memperkuat relasi parasosial antara NCT dan penggemar [22]. Selain itu fanbase yang solid turut mendorong keterlibatan emosional yang tinggi [23] menjadikan fandom sebagai sarana pemenuhan kebutuhan psikologis pada usia dewasa awal.

Pada penelitian ini, mayoritas responden (63,69%) berada dalam kategori *celebrity worship* tingkat sedang, menunjukkan keterikatan yang masih adaptif, seperti mengikuti konten dan dukungan digital. Namun (19,6%) responden berada dalam kategori tinggi, yang berpotensi mengarah pada pemujaan maladaptif. Hal ini sejalan dengan model tiga dimensi *celebrity worship* yang mengatakan bahwa penggemar mengidolakan selebritas sebagai bentuk hiburan dan koneksi sosial (*entertainment-social*), penggemar membentuk ikatan emosional yang kuat dan personal terhadap idola (*intense-personal*), dan penggemar menunjukkan perilaku yang ekstrem, impulsif, dan terkadang berisiko demi sang idola (*borderline-pathological*). Individu dengan tingkat neurotisisme tinggi lebih rentan membentuk keterikatan yang intens terhadap idola [24] dan hal ini diperkuat oleh [6] yang menemukan bahwa responden dalam kategori *borderline-pathological* cenderung memiliki kontrol diri rendah dan terlibat dalam perilaku obsesif yang tidak rasional.

Sebagian besar responden memiliki tingkat *psychological well-being* sedang (49,57%) dan tinggi (27,95%), sementara 22,48% berada pada tingkat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa banyak penggemar memiliki kapasitas adaptif baik, namun sebagian berisiko menggunakan pengidolaan sebagai pelarian dari tekanan psikologis. [6]. Sebagaimana dijelaskan oleh [25] penggemar dengan *psychological well-being* tinggi cenderung menjadikan idola sebagai sumber inspirasi dan motivasi, bukan ketergantungan emosional.

Sementara itu, (21,90%) responden menunjukkan tingkat *loneliness* tinggi, yang dapat mendorong pembentukan hubungan parasosial dengan selebriti sebagai pengganti interaksi sosial nyata [17]. Ini selaras dengan temuan [16] yang menunjukkan bahwa kesepian berkontribusi terhadap tingkat *celebrity worship*, yang mendukung temuan bahwa faktor psikologis seperti kesepian memainkan peran penting dalam keterlibatan individu dalam *celebrity worship*.

Temuan ini juga diperkuat oleh hasil uji korelasi yang menunjukkan hubungan positif antara *psychological well-being* dan *celebrity worship* ( $r = 0,719$ ), serta antara *loneliness* dan *celebrity worship* ( $r = 0,674$ ). Korelasi yang signifikan ini menggambarkan adanya keterkaitan yang erat antara kondisi psikologis individu dan intensitas pengidolaan terhadap selebriti. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan dalam *celebrity worship* berkaitan erat dengan kondisi emosional dan sosial individu [26]. Keterlibatan tersebut bisa menjadi mekanisme koping yang positif atau negatif tergantung kondisi internal individu, sebagaimana dijelaskan dalam model dual pathway [15]. Hal ini selaras dengan studi [10] menunjukkan bahwa *psychological well-being* yang baik membuat individu lebih mampu membatasi keterlibatannya terhadap idola. Dengan demikian, *celebrity worship* tidak hanya mencerminkan minat hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai cerminan kesejahteraan psikologis seseorang [12].

Penelitian ini menegaskan bahwa keterlibatan penggemar terhadap selebritas mencerminkan aspek psikologis, tidak hanya sebagai hiburan tetapi juga sebagai bentuk pemenuhan emosional dan sosial. Keterbatasan penelitian terletak pada sampel yang hanya mencakup pengguna Twitter dan pendekatan kuantitatif yang membatasi pemahaman mendalam. Variabel yang digunakan pun masih terbatas. Penelitian lanjutan disarankan menggunakan *mixed methods*, memperluas jangkauan media sosial, dan menambah variabel seperti *self-esteem*, *social support*, serta kebutuhan afiliasi.

#### IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa *psychological well-being* dan *loneliness*, baik secara simultan maupun parsial, berpengaruh signifikan terhadap *celebrity worship* pada fans K-pop usia dewasa awal. Kedua variabel memberikan kontribusi sebesar 58,7%, dengan *psychological well-being* memiliki pengaruh yang lebih besar. Individu dengan *psychological well-being* tinggi cenderung terlibat secara sehat dengan idola, sementara individu yang *loneliness* cenderung menjalin hubungan parasosial sebagai kompensasi. Temuan ini menekankan pentingnya meningkatkan *psychological well-being* dan mengurangi *loneliness* untuk mendukung keterlibatan fandom yang lebih sehat.

#### REFERENSI

- [1] K. P. Adiesia and L. Sofia, "Gambaran Celebrity Worship dan Psychological Well Being Pada Wanita Dewasa Awal Penggemar Korean Pop," *Psikoborneo J. Ilm. Psikol.*, vol. 9, no. 4, 2021, doi: 10.30872/psikoborneo.v9i4.6826.
- [2] Y. Jamilah Nurhuda Nandang Budiman, "Profil of Celebrity Worship Tendency Among Adolescents," 2020.
- [3] Faisal Javier, "Ada 7,5 Miliar Twit K-Pop pada Juli 2020-Juni 2021, Terbanyak dari Indonesia," tempo.co. [Online]. Available: <https://data.tempo.co/data/1174/ada-75-miliar-twit-k-pop-pada-juli-2020-juni-2021-terbanyak-dari-indonesia>
- [4] T. Erina Wardoyo, "Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?," IDN TIMES. [Online]. Available: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>
- [5] D. P. K. S. Dewi and K. R. Indrawati, "Gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali," *J. Psikol. Udayana*, vol. 6, no. 02, p. 291, 2019, doi: 10.24843/jpu.2019.v06.i02.p08.
- [6] A. P. Laksono and A. H. Noer, "Idolaku, Sumber Intimacy-ku: Dinamika Celebrity Worship dan Tugas Perkembangan Dewasa Awal Pecinta Kpop," *J. Psikol.*, vol. 17, no. 2, p. 139, 2021, doi: 10.24014/jp.v17i2.12837.
- [7] D. K. Amzi, F. Psikologi, U. Islam, and N. Syarif, "Pengaruh Psychological Well-Being, Big Five Personality Dan Faktor Demografi Terhadap Perilaku Celebrity Worship Pada Fans K-Pop," *Fak. Psikol. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2021.
- [8] A. Alifia Salsabil, *HUBUNGAN ANTARA KESEPIAN DENGAN CELEBRITY WORSHIP PADA PENGGEMAR K-POP DI SEMARANG*, 2023. [Online]. Available: [www.aging-us.com](http://www.aging-us.com)
- [9] Rizqi Nurafiyah Almubaarokah, "Hubungan Antara Kesepian Dengan Psychological Well-Being pada Pengguna Aplikasi Kencana Daring Selama Pandemi," *repository.unjac.id*, no. 2504, pp. 1–9, 2011.
- [10] Y. F. Nurohmah and H. Prakoso, "Hubungan Psychological well being Dan Celebrity worship Pada Anggota Fansclub EXO Di Bandung Relation between Psychological well being and Celebrity worship at EXO Fansclub," *Psikologi*, vol. 5, no. 1, pp. 181–186, 2019.
- [11] D. Russell, L. A. Peplau, and C. E. Cutrona, "The revised UCLA Loneliness Scale: Concurrent and discriminant validity evidence," *J. Pers. Soc. Psychol.*, vol. 39, no. 3, 1980, doi: 10.1037/0022-3514.39.3.472.
- [12] A. Nurhasanah, "Hubungan Antara Loneliness Dengan Celebrity Worship Mahasiswa Anggota Komunitas Hallyu-Up! Edutainment," *repository.upi.edu*, pp. 1–70, 2021. [Online]. Available: <http://repository.upi.edu/>
- [13] P. Nabilla, "Hubungan Celebrity Worship Dan Psychological Well-Being Pada Penggemar K-Pop Di Jabodetabek," *J. Psikol. Malahayati*, vol. 5, no. 2, 2023.
- [14] A. Maulida, W. Y. Viridanda, H. Nisa, and N. Sari, "Tingkat Pemujaan Selebriti Pada Komunitas Penggemar K-Pop Di Aceh," *Seurune J. Psikol. Unsyiah*, vol. 4, no. 1, 2021, doi: 10.24815/s-jpu.v4i1.19720.
- [15] Nurhanisayah, "Pengaruh Attachment Styles Dan Loneliness Terhadap Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop," *Fak. Psikol. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, pp. 1–100, 2020.
- [16] B. I. Ramadhani *et al.*, "Kesepian dan Kesejahteraan Psikologis serta pengaruhnya terhadap Pemujaan Selebriti Loneliness and Psychological Well-Being and the effect with the Celebrity Worship," *JoPS J. Psychol. Students*, vol. 2, no. 1, pp. 1–8, 2023.
- [17] R. A. Paramesti and M. R. Wijayani, "Hubungan Antara Kesepian Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Akhir Penggemar K-Pop Di Fanbase Nct Indonesia," *Lib. J. Psikol. dan Bimbingan. Konseling*, vol. 2, no. 3, pp. 71–80, 2024. [Online]. Available: <https://ejournal.warunayama.org/index.php/liberosis/article/view/2962>
- [18] Shahnaz Sarah Darmawan and Rakhmaditya Dewi Noorizki, "My Idol My Savior: Kajian Literatur Kesepian dan Celebrity Worship pada Remaja penggemar K-Pop," *Flourishing J.*, vol. 4, no. 3, pp. 103–110, 2024, doi: 10.17977/umi070v4i32024p103-110.
- [19] P. Phyo, "The Influence of K-Pop Fan Engagement on Interpersonal Relationships: Exploring the Role of K-Pop in Cultivating Friendships Amongst K-Pop Enthusiasts in Myanmar," 2025.

- [20] J. Maltby, L. E. McCutcheon, D. D. Ashe, and J. Houran, "The Self-Reported Psychological Well-Being of Celebrity Worshipers.," *N. Am. J. Psychol.*, vol. 3, no. 3, 2001.
- [21] K. P. Adiesia and L. Sofia, "Gambaran Celebrity Worship dan Psychological Well Being Pada Wanita Dewasa Awal Penggemar Korean Pop," *Psikoborneo J. Ilm. Psikol.*, vol. 9, no. 4, p. 886, 2021, doi: 10.30872/psikoborneo.v9i4.6826.
- [22] J. Lie, *K-pop: Popular music, cultural amnesia, and economic innovation in South Korea*. Univ of California Press, 2014.
- [23] J. Liu, "Social media influencers and followers' loneliness: the mediating roles of parasocial relationship, sense of belonging, and social support," *Online Media Glob. Commun.*, vol. 3, no. 4, pp. 1–24, 2024, doi: 10.1515/omgc-2024-0025.
- [24] V. N. Efathania and Aisyah, "Hubungan antara Big Five Personality Trait dengan Celebrity Worship pada Dewasa Muda Penggemar K-Pop di Sosial Media," *J. Ilm. Psikol. MIND SET*, vol. 10, no. 01, pp. 1–16, 2019, doi: 10.35814/mindset.v10i01.734.
- [25] Mauliddita Salsabila Azzahra and Atika Dian Ariana, "Psychological Wellbeing Penggemar K-Pop Dewasa Awal yang Melakukan Celebrity Worship," *Bul. Ris. Psikol. dan Kesehat. Ment.*, vol. 1, no. 1, pp. 137–148, 2021, [Online]. Available: <http://e-journal.unair.ac.id/index.php/BRPKM>
- [26] D. Yuniarti and Agustina, "Hubungan Loneliness Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Pengguna Fan Account Bts Di Twitter," *Versi Cetak*, vol. 6, no. 2, 2022.

**Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*

**Article History:**

*Received: 26 June 2018 | Accepted: 08 August 2018 | Published: 30 August 2018*

## ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://digilib.uinsa.ac.id">digilib.uinsa.ac.id</a> Internet Source	2%
2	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	2%
3	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Student Paper	1%
6	<a href="http://jurnal.untag-sby.ac.id">jurnal.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://ejurnal.poltekparmedan.ac.id">ejurnal.poltekparmedan.ac.id</a> Internet Source	1%
8	Ayu Rosanda Aprilianti, Lely Ika Mariyati. "Kecerdasan Emosional, Dukungan Keluarga, dan Kesejahteraan pada Guru Bimbingan Konseling", Journal of Islamic Psychology, 2024 Publication	1%
9	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	1%
10	<a href="http://dspace.uui.ac.id">dspace.uui.ac.id</a> Internet Source	1%

11	<a href="http://jurnal.um-tapsel.ac.id">jurnal.um-tapsel.ac.id</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://psikologi.ub.ac.id">psikologi.ub.ac.id</a> Internet Source	<1 %
13	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part V Student Paper	<1 %
14	<a href="http://cmsdata.iucn.org">cmsdata.iucn.org</a> Internet Source	<1 %
15	Dita Aivia Hapsari, Santirianingrum Soebandhi. "PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), BRAND AMBASSADOR DAN KOREAN WAVE TERHADAP MINAT BELI PRODUK SOMETHINC (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee)", Avesina : Media Informasi Ilmiah Universitas Islam Al-Azhar, 2024 Publication	<1 %
16	<a href="http://garuda.kemdikbud.go.id">garuda.kemdikbud.go.id</a> Internet Source	<1 %
17	Submitted to Universitas Muhammadiyah Purwokerto Student Paper	<1 %
18	<a href="http://eprints.ums.ac.id">eprints.ums.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://repo.iain-tulungagung.ac.id">repo.iain-tulungagung.ac.id</a> Internet Source	<1 %
20	Submitted to Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta Student Paper	<1 %
21	<a href="http://fusion.rifainstitute.com">fusion.rifainstitute.com</a> Internet Source	<1 %

22	<a href="http://journal.binadarma.ac.id">journal.binadarma.ac.id</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id">eprints.mercubuana-yogya.ac.id</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://jurnal.saburai.id">jurnal.saburai.id</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id">jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://repo.darmajaya.ac.id">repo.darmajaya.ac.id</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://www.ejurnalmalahayati.ac.id">www.ejurnalmalahayati.ac.id</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="http://journal.uinsgd.ac.id">journal.uinsgd.ac.id</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="http://www.iyb.ac.id">www.iyb.ac.id</a> Internet Source	<1 %
31	Gulnoria, Revy Amyneva. "Pengaruh Akuntabilitas Islam dan Transparansi Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki Dengan Good Zakat Governance Sebagai Variabel Intervening pada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Jawa Tengah", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2024 Publication	<1 %
32	<a href="http://e-journal.unair.ac.id">e-journal.unair.ac.id</a> Internet Source	<1 %
33	<a href="http://e-journals.unmul.ac.id">e-journals.unmul.ac.id</a> Internet Source	<1 %
34	<a href="http://ejournal.unesa.ac.id">ejournal.unesa.ac.id</a> Internet Source	<1 %

---

35

[eprints.walisongo.ac.id](http://eprints.walisongo.ac.id)

Internet Source

<1 %

---

36

[journal.umg.ac.id](http://journal.umg.ac.id)

Internet Source

<1 %

---

37

[lib.ui.ac.id](http://lib.ui.ac.id)

Internet Source

<1 %

---

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      < 10 words

Exclude bibliography      On