

The Influence of Social Support and Celebrity Worship on Subjective Well-Being Among JKT48 Fans in Sidoarjo

[Pengaruh Dukungan Sosial Dan Celebrity Worship Terhadap Subjective Well-Being Pada Fans JKT48 Sidoarjo]

Nandito Dwi Prasetyo¹⁾, Lely Ika Mariyati^{*,2)}

¹⁾Program Ilmu Psikologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Psikologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Email Penulis: nanditodwiprasetyo@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: ikalely@umsida.ac.id

Abstract. *This study aims to examine the effect of social support and celebrity worship on subjective well-being among members of the JKT48 fan community in Sidoarjo. This study employed a quantitative approach with a multiple linear regression. The participants consisted of 105 respondents selected using consecutive sampling. The research instruments included the Subjective Well-Being scale (Satisfaction with Life Scale and Positive Affect and Negative Affect Schedule), the social support scale, and the Celebrity Worship scale, all of which demonstrated good reliability. The results showed that social support had a positive and significant effect on subjective well-being ($p = 0.005$), and celebrity worship also had a positive and significant effect on subjective well-being ($p = 0.000$). Simultaneously, social support and celebrity worship significantly influenced subjective well-being, with a contribution of 23.8%. In addition, there was a significant difference in celebrity worship levels based on gender, with male fans showing higher levels of celebrity worship than female fans. These findings indicate that social support and celebrity worship play important roles in enhancing subjective well-being among JKT48 fans, as long as fandom involvement remains at an adaptive level.*

Keywords - Social Support, Celebrity Worship, Subjective Well-Being

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dukungan sosial dan celebrity worship terhadap subjective well-being pada anggota Fans JKT48 di Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda. Subjek penelitian berjumlah 105 responden yang dipilih menggunakan teknik consecutive sampling. Instrumen penelitian berupa skala subjective well-being (SWLS dan PANAS), skala dukungan sosial, dan skala celebrity worship yang memiliki reliabilitas baik. Hasil analisis menunjukkan bahwa dukungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap subjective well-being dengan nilai signifikansi ($p = 0,005$), sedangkan celebrity worship juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap subjective well-being dengan nilai signifikansi ($p = 0,000$). Secara simultan, dukungan sosial dan celebrity worship berpengaruh signifikan terhadap subjective well-being dengan kontribusi sebesar 23,8%. Selain itu, terdapat perbedaan tingkat celebrity worship berdasarkan jenis kelamin, di mana penggemar laki-laki memiliki tingkat celebrity worship lebih tinggi dibandingkan penggemar perempuan. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan sosial dan celebrity worship berperan penting dalam meningkatkan subjective well-being pada penggemar JKT48 selama keterlibatan dalam fandom berada pada tingkat yang adaptif.*

Kata Kunci – Dukungan Sosial, Celebrity Worship, Subjective Well-Being

I. PENDAHULUAN

Industri hiburan mengalami perkembangan yang sangat pesat terutama di bidang musik. Musik dikenal sejak kehadiran manusia modern *homo sapiens* yakni sekitar 180.000 hingga 100.000 tahun yang lalu [1]. Musik yang disajikan juga berbagai macam. Pertunjukan musik dapat berupa konser atau rekaman [2]. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh jakpat, di Indonesia, musik pop menempati posisi teratas sebagai genre yang paling digemari masyarakat. Kepopulerannya menunjukkan bahwa musik dengan alunan yang ringan dan mudah dinikmati masih menjadi pilihan utama dalam keseharian pendengar. Meskipun terdapat beragam genre lain yang juga memiliki penggemar tersendiri seperti dangdut, K-pop, rock, jazz, hingga musik religi, dominasi musik pop mencerminkan selera mayoritas masyarakat terhadap jenis musik yang dianggap paling relevan dan menghibur. Hal ini sekaligus memperlihatkan dinamika tren musik di Indonesia yang terus berkembang mengikuti perubahan zaman dan preferensi generasi pendengar [3].

Menurut data dari goodstats, hampir 80% masyarakat di Indonesia menyukai lagu pop. Salah satu contoh aliran pop yang terkenal saat ini adalah Pop Global, K-pop, J-pop, dan lain-lain. Banyak dari generasi muda yang menyukai gaya idol group seperti girl group maupun boy group. Idol group sendiri merupakan sekumpulan dari penyanyi yang menjadi sebuah grup dan menghasilkan karya musik. Girlgroup adalah sebuah idol group dengan member perempuan, sedangkan boy group merupakan sebuah idol group dengan member laki-laki. Musik J-Pop juga

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

semakin dikenal di Indonesia semenjak masuknya 48 Group ke Indonesia dan menghadirkan idol group JKT48 [4]. JKT48 mempunyai penggemar yang memiliki rasa fanatisme tinggi kepada idolanya. Penggemar JKT48 ini biasa disebut dengan FJKT48 (Fans JKT48). Meskipun JKT48 berdomisili di Jakarta akan tetapi FJKT48 bukan hanya dari kota Jakarta saja, akan tetapi mereka juga tersebar di kota-kota yang lainnya [5].

Berdasarkan hasil survei fans JKT48 yang dilakukan oleh Mamen pada tahun 2020, diketahui bahwa mayoritas fans JKT48 berada pada rentang usia 15 hingga 22 tahun. Rentang usia ini termasuk dalam kategori remaja akhir hingga dewasa awal, yang umumnya masih berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa. Selanjutnya, kelompok usia 23 hingga 30 tahun menunjukkan bahwa JKT48 juga diminati oleh kalangan dewasa muda yang telah memasuki dunia kerja. Adapun kelompok usia di atas 38 tahun memiliki persentase paling kecil. Pengelompokan usia tersebut sejalan dengan klasifikasi periode perkembangan menurut Santrock, yang membagi masa remaja pada rentang usia 10–12 hingga 18–21 tahun serta masa dewasa awal pada rentang usia 20-an hingga 30-an [6]. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas fans JKT48 berasal dari generasi muda, khususnya remaja dan dewasa muda (15–30 tahun), yang mencakup sebagian besar responden, sehingga mengindikasikan bahwa daya tarik JKT48 sangat kuat di kalangan usia muda [7]. Selain itu, pada APMF 2022 di Bali, William Utomo selaku Chief Operating Officer IDN Media menyampaikan bahwa jumlah penggemar JKT48 mencapai 15 juta orang, dengan 31% berasal dari generasi milenial (usia 24–34 tahun) dan 69% dari generasi Z (usia 15–23 tahun) [8].

JKT48 dengan jargon “Idol You Can Meet” yang berarti para fans dapat bertemu dengan idolanya setiap hari karena JKT48 mengadakan pertunjukan rutin di Theater JKT48 [9]. Sehingga, fans JKT 48 dikenal loyal terhadap idolanya karena mereka suka rela menghabiskan waktu dan uang yang tidak sedikit untuk mengikuti berbagai aktivitas bersama idolanya. Pada umumnya Fans JKT48 akan bergabung dalam suatu komunitas fans atau fanbase. Kebanyakan komunitas fans JKT48 ini dibentuk atas dasar dua alasannya itu regional daerah atau memiliki member favorit yang sama. Salah satu komunitas yang terbentuk atas dasar member favorit [8], Seperti Onielity, Muffin, Interindah.

Penggemar JKT48 umumnya tergabung dalam suatu komunitas, atau biasa disebut fanbase [8]. Salah satu daerah yang memiliki fanbase JKT48 regional adalah Sidoarjo yang bernama fansjkt48sidoarjo. Berdasarkan laman sosial media Fanbase fansjkt48sidoarjo didirikan pada tahun 2012. Fanbase fansjkt48sidoarjo dibuat sebagai wadah berkumpul bagi penggemar JKT48 yang berada di wilayah Sidoarjo maupun luar daerah yang menetap di Sidoarjo. Jumlah pengikut Fanbase fansjkt48sidoarjo di Sosial media seperti instagram memiliki pengikut 1,497.

Penggemar JKT48 memiliki dua penyebutan nama yang berbeda. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari jenis kelaminnya, yaitu wota dan woti. Wota adalah sebuah nama yang dibuat untuk penggemar laki-laki, dan woti adalah sebuah nama yang dibuat untuk penggemar perempuan. Aktivitas yang dilakukan wota dan woti dalam mendukung idolanya berbeda-beda, karena penggemar memiliki cara masing-masing dalam mendukung idolanya. Terdapat penggemar yang menyimpan photobook dan menghafal semua chanting dari JKT48. Namun ada pula penggemar yang hanya ingin mengikuti acara-acara JKT48 tanpa membeli photobook ataupun menghafal chant-chant dari JKT48 [10].

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa *subjective well-being* berkaitan dengan bagaimana individu menilai dan menyukai kehidupannya, termasuk kepuasan hidup, kemampuan mengelola stres, serta produktivitas dalam aktivitas sehari-hari. Dalam upaya mencapai kepuasan dan kesenangan hidup, individu kerap mencari cara untuk mengatasi emosi negatif, salah satunya melalui keterlibatan dalam fandom seperti mengidolakan artis [11]. Namun, keterlibatan ini tidak selalu berdampak positif, karena penggemar juga dapat mengalami pengalaman emosional yang bersifat positif maupun negatif selama menjadi penggemar. Perasaan bahagia dan keterlibatan positif terhadap idola dapat berkontribusi pada afek positif, tetapi dominasi afek negatif seperti perubahan mood, ketidakpuasan diri, perilaku konsumtif, serta ketidakbahagiaan akibat informasi terkait idola dapat menurunkan *subjective well-being* individu [12]. Selain itu, temuan lain menunjukkan bahwa penggemar dengan *subjective well-being* yang lebih rendah cenderung memiliki perasaan negatif yang tinggi, ekspektasi yang tidak realistis terhadap idola, serta rentan mengalami emosi negatif yang kuat ketika harapan terhadap idola tidak terpenuhi [13]. Kondisi tersebut menunjukkan adanya permasalahan kesejahteraan subjektif pada penggemar yang menjadikan penelitian *subjective well-being* pada komunitas penggemar idol group.

Menurut Biswas-Diener *subjective well-being* adalah penilaian seseorang terhadap hidupnya. Penilaian ini terbagi menjadi dua bentuk berupa evaluasi kognitif yang mencakup kepuasan hidup, dan penilaian emosional, yang merujuk pada frekuensi seseorang mengalami emosi positif dan negatif. Individu dengan *subjective well-being* yang rendah cenderung memandang hidupnya secara negatif dan menganggap peristiwa yang terjadi dalam hidupnya sebagai hal yang tidak menyenangkan, sehingga menimbulkan emosi negatif seperti kecemasan, depresi, dan kemarahan [14]. Menurut Pavot dan Diener, individu dengan tingkat *subjective well-being* yang tinggi biasanya memiliki kehidupan yang lebih memuaskan dan mampu memandang kehidupan dari sudut pandang yang positif. Di sisi lain, individu dewasa awal dengan *subjective well-being* yang rendah lebih rentan mengalami krisis dalam kehidupan akibat kondisi dan pengalaman negatif, di mana individu cenderung mengekspresikan atau menafsirkan perasaan negatif mereka menjadi makna hidup yang cenderung tidak memuaskan [15].

Penelitian mengenai *subjective well-being* (SWB) telah banyak dilakukan pada berbagai kelompok subjek, penggemar dari grup band asal korea Selatan yaitu day6 [15], mahasiswa yang kuliah sambil bekerja [16],

perawat wanita di puskesmas kabupaten [17], guru SMPN di kecamatan mendoyo [18]. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa *subjective well-being* dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti *Job Burnout*, *Work-Life Balance*, Dukungan Sosial, *Celebrity Worship*. Pada penelitian yang dilakukan Aditya dan Suhesty, Dukungan sosial dan stres akademik secara bersama mempengaruhi kesejahteraan subjektif pada mahasiswa [19], sementara penelitian yang dilakukan oleh Nastiti & Andriani menunjukan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dan *self-control* dengan *subjective well-being* pada penggemar NCT [20]. Dengan demikian, hingga saat ini belum ditemukan penelitian yang secara spesifik meneliti *subjective well-being* pada komunitas penggemar idol pop, khususnya anggota fans JKT48. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dalam konteks subjek yang diteliti, dengan fokus pada anggota fans JKT48 yang belum pernah dikaji sebelumnya dalam kaitannya dengan *subjective well-being*.

Peneliti melakukan survei pendahuluan terhadap 11 anggota komunitas fans JKT48 untuk memperoleh gambaran awal mengenai *subjective well-being* yang mereka rasakan. Survei pendahuluan ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode eksploratif, yang dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali dan memahami fenomena secara mendalam dalam konteks alamiah sebelum penelitian utama dilakukan [21]. Penyusunan pertanyaan survei pendahuluan didasarkan pada teori *subjective well-being*, yang mencakup dimensi *life satisfaction*, *positive affect*, dan *negative affect*. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan kepada anggota komunitas fans JKT48, diperoleh gambaran bahwa keterlibatan dalam fandom berhubungan erat dengan dimensi *subjective well-being* yang meliputi *life satisfaction*, *positive affect*, dan *negative affect*. Pada aspek *life satisfaction*, beberapa responden mengungkapkan bahwa keberadaan fandom menjadi bagian penting dalam kehidupan mereka, sebagaimana dinyatakan oleh responden yang menyebutkan “*JKT48 termasuk salah satu alasan untuk tetap hidup, bahagia, dan memperbanyak lingkup pertemanan*”. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan dalam fandom memberikan makna serta kepuasan hidup melalui ikatan sosial dan rasa kebermaknaan. Selanjutnya, pada aspek *positive affect*, mayoritas responden melaporkan pengalaman emosional yang menyenangkan ketika bergabung dalam fandom, seperti “*sebelum bergabung terasa sepi, saat sudah bergabung terasa ramai karena sudah tidak sendiri lagi*” serta “*senang, bisa dapat teman baru/keluarga baru*”. Temuan ini menegaskan bahwa interaksi dalam fandom dapat meningkatkan pengalaman afektif positif, khususnya rasa kebahagiaan dan keterhubungan sosial. Namun demikian, survei juga mengidentifikasi adanya *negative affect* berupa tekanan finansial dan perasaan tidak nyaman dalam interaksi sosial. Hal ini tergambar melalui pernyataan responden, “*berdampak ke cara saya mengatur keuangan, agar tidak tiba-tiba membeli fanservice padahal ada keperluan yang lebih penting*” dan “*minder sih, soalnya masih baru juga jadi wota*”. Kedua pernyataan ini menunjukkan adanya emosi negatif seperti kecemasan, penyesalan, maupun keraguan diri yang muncul sebagai konsekuensi dari keterlibatan intens dalam fandom. Dengan demikian, hasil survei awal ini memperlihatkan bahwa keanggotaan dalam fandom tidak hanya memberikan kontribusi positif pada kebahagiaan dan kepuasan hidup, tetapi juga menyimpan potensi munculnya tekanan psikologis yang relevan untuk diteliti lebih lanjut dalam kerangka *subjective well-being*.

Setiap individu, termasuk penggemar akan melakukan berbagai hal untuk mencapai kepuasan dan kebahagiaan dalam hidup mereka, seperti menghadiri konser idola mereka atau mengoleksi karya favorit mereka. Merujuk pada penilaian-penilaian ini, yang didasarkan pada pengalaman dan prioritas masing-masing individu. Karena hal ini memengaruhi *subjective well-being* individu. Oleh karena itu penelitian tentang *subjective well-being* penting untuk dilakukan. *Subjective well-being* yang tinggi memiliki sejumlah dampak positif, termasuk meningkatkan kesehatan mental, memperkuat sistem kekebalan tubuh, dan memperkuat hubungan sosial serta produktivitas. Di sisi lain, orang yang memiliki *subjective well-being* rendah, lebih rentan terhadap gangguan kejiwaan seperti depresi, stres jangka panjang, atau ketidakpuasan hidup. [20].

Subjective well-being dipengaruhi oleh berbagai variabel psikologis dan sosial, antara lain kebersyukuran, *forgiveness*, kepribadian (*personality*), *self-esteem*, spiritualitas, dukungan sosial [22], serta *celebrity worship* [11]. *Celebrity worship* di kalangan fans mencerminkan keterikatan emosional terhadap idola yang dapat mempengaruhi kondisi psikologis fans. Pada tingkat moderat, keterlibatan ini dapat memberikan inspirasi dan kebahagiaan, namun pada tingkat ekstrem justru berisiko menurunkan *subjective well-being* karena menjadi bentuk pelarian dari realitas atau menimbulkan tekanan sosial dan finansial [23], [8].

Menurut Maltby et al, *celebrity worship* merupakan suatu perilaku obsesi individu terhadap idolanya, perilaku obsesi ini mengarah pada individu tersebut menjadi terlibat di setiap kehidupan sang idola, bahkan kehidupan idolanya tersebut masuk kedalam kehidupan individu yang menjadi penggemarnya. *Celebrity worship* merupakan bentuk hubungan parasosial atau satu arah dimana individu terobsesi dengan idolanya [24]. Dimensi pada *celebrity worship* menurut Maltby, Giles, Barber, & Mc Cutcheon, dapat dibagi menjadi tiga tahapan yaitu: *Entertainment Social*, *Intense Personal Feeling*, *borderline-pathological tendency* [25]. *Entertainment Social*, Keterlibatan penggemar dengan idola mereka untuk hiburan pribadi, di mana orang-orang menghabiskan banyak waktu untuk mencari informasi idola mereka, terutama di media sosial. *Intense personal*, situasi di mana orang ingin mengetahui segala hal tentang idola mereka karena mereka merasa memiliki ikatan khusus dengan mereka. *Borderline Phatological tendency*, Pada tingkatan ini individu mendekati batas normal menunjukkan ciri-ciri termasuk sangat

obsesif, memiliki pikiran yang tidak terkendali, dan siap melakukan apa saja untuk idola mereka [26]. Faktor yang mempengaruhi *celebrity worship* menurut McCutcheon dkk dalam Kusuma, 2014 ada tiga adalah usia, keterampilan sosial dan jenis kelamin [25].

Di sisi lain, dukungan sosial dari sesama anggota komunitas fandom berperan penting dalam memperkuat kesejahteraan subjektif, karena memberikan rasa dimengerti, diterima, dan terhubung secara emosional [27]. Dukungan sosial umumnya berupa gambaran mengenai peran atau pengaruh yang ditimbulkan oleh orang lain yang berarti atau orang terdekat seperti keluarga, teman, saudara dan rekan kerja [28]. Dukungan sosial merupakan bentuk interaksi timbal balik interpersonal yang diwujudkan melalui pemberian bantuan, seperti dukungan emosional, informasi, serta dorongan positif yang membantu individu menghadapi permasalahannya. Kekurangan dukungan sosial dapat menjadi faktor pemicu munculnya gangguan mental dan rasa tidak puas terhadap kehidupan [29]. Dukungan sosial menurut Cohen dan Syme adalah sumber-sumber yang didapati individu dari orang lain yang dapat mempengaruhi kesejahteraan individu yang bersangkutan. Dukungan sosial menurut House dan Khan yaitu tindakan membantu yang melibatkan pemberian informasi, bantuan instrumen, emosi dan penilaian positif terhadap individu dalam menghadapi permasalahannya. Menurut Cohen dan Hoberman dukungan sosial adalah hubungan antar pribadi seseorang dengan orang lain yang mengacu pada sumber daya yang disediakan antar keduanya. Menurut Zimet, Dahlem, Zimet dan Farley yakni aspek dukungan sosial terdiri dari dukungan yang diberikan keluarga, dukungan yang diberikan teman dan dukungan dari orang terdekat [30]. Sementara itu, Sarafino dan Smith, serta Sarason, menjelaskan bahwa dukungan sosial mencakup lima aspek, yaitu dukungan emosional, dukungan penghargaan, dukungan instrumental, dukungan informasional, dan dukungan jaringan sosial. Kelima aspek ini merepresentasikan bentuk-bentuk bantuan yang diberikan oleh orang-orang terdekat untuk membantu individu mengatasi tekanan dan meningkatkan kesejahteraan psikologisnya [31].

Dukungan sosial merupakan salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap *subjective well-being*. Dukungan tersebut tidak hanya meliputi aspek emosional, penghargaan, instrumental, informasional, dan jaringan sosial, tapi juga terbukti memiliki hubungan positif dengan kepuasan hidup (*life satisfaction*) dan frekuensi afek positif, serta dapat menekan afek negatif seperti kecemasan dan depresi [32]. Dengan demikian, dukungan sosial yang hadir melalui interaksi antar penggemar, seperti berbagi pengalaman, memberikan dorongan emosional, serta membantu kelancaran kegiatan komunitas. Interaksi tersebut dapat memperkuat hubungan sosial antar penggemar dan memunculkan manfaat afektif dalam bentuk meningkatnya perasaan bahagia serta menurunkan stres [5].

Berkenaan dengan *Social Exchange Theory*, individu akan membangun dan mempertahankan hubungan ketika manfaat yang didapatkan dianggap sesuai dengan besaran biaya yang dikeluarkan [33]. Pada penelitian ini, fans JKT48 menerapkan pertukaran sosial berupa waktu, tenaga, perhatian, bahkan biaya, dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan emosional, hiburan, serta relasi sosial dari keikutsertaan sebagai penggemar JKT48. Hasil survei awal mendapati bahwa fans merasa senang, terhibur, dan lebih terhubung secara sosial ketika bergabung dalam komunitas fans JKT48, hal tersebut menunjukkan adanya manfaat positif dalam hubungan tersebut. Sejalan dengan dukungan sosial, menurut Sarason yang meliputi aspek emosional, instrumental, informasional, dan jaringan sosial, dapat meningkatkan kesejahteraan individu. Dengan demikian, keterlibatan emosional pada idola melalui *celebrity worship* yang moderat dapat menjadi sumber inspirasi yang memperkuat *subjective well-being*, asalkan tidak dalam taraf patologis. Dengan demikian, keseimbangan antara *celebrity worship* dan dukungan sosial yang berkontribusi terhadap pengalaman pertukaran sosial yang sehat dan adaptif dalam komunitas fans JKT48.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui besaran pengaruh dukungan sosial dan *celebrity worship* terhadap *subjective well-being* pada anggota fans JKT48 Sidoarjo. Tujuan khusus dari penelitian ini yaitu untuk melihat sejauh mana tingkat dukungan sosial yang diterima individu dan apakah keterikatan pada idol JKT48 mempengaruhi kesejahteraan subjektif yang mereka miliki serta melihat apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel-variabel tersebut, baik secara parsial maupun simultan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika psikologis yang dialami oleh penggemar idol group di era modern, serta kontribusinya terhadap kesejahteraan mental individu.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya berupa angka yang dianalisis dengan metode statistika [34]. Pada penelitian teoritik dalam bentuk penelitian korelasional, ditujukan untuk memperoleh informasi mengenai seberapa besar kontribusi antar variabel atau hubungan antar dua atau lebih variabel yang diteliti menggunakan prosedur statistik [35]. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah *subjective well-being* sebagai variabel terikat atau biasa disebut dengan variabel Y, sedangkan variabel dukungan sosial dan *celebrity worship* sebagai variabel bebas atau biasa disebut variabel X. Populasi pada penelitian ini yaitu anggota fans JKT48 Sidoarjo.

Penelitian ini menggunakan teknik *consecutive sampling*, yaitu metode non-probability sampling yang menjangkau seluruh subjek yang memenuhi kriteria penelitian secara berurutan dalam periode pengumpulan data yang telah ditentukan. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh sampel secara cepat dan efisien ketika waktu penelitian terbatas, sebagaimana dijelaskan oleh Wahab dan Junaedi bahwa *consecutive sampling* dilakukan dengan mengambil seluruh responden yang sesuai kriteria hingga jumlah yang ditetapkan tercapai [36]. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah anggota fans JKT48 yang tergabung dalam komunitas fans JKT48 Sidoarjo. Pengumpulan data dilakukan selama 14 hari, dan diperoleh sebanyak 105 responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Penelitian ini menggunakan beberapa instrumen penelitian yang terdiri atas tiga skala yaitu skala dukungan sosial, *celebrity worship* dan *subjective well-being*, yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Skala dukungan sosial yang digunakan merupakan adaptasi dari skripsi Rachma Syaufina Hamid yang disusun berdasarkan teori Sarafino dan Smith serta Sarason, yang mencakup lima aspek dukungan sosial, yaitu dukungan emosional, penghargaan, instrumental, informasional, dan jaringan sosial. Skala ini terdiri dari 36 item pernyataan dengan komposisi item favorable dan unfavorable, dengan opsi jawaban yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS) dan hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,953 [31]. Dalam penelitian ini nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,940 dan terdapat 1 aitem yang gugur.

Skala *celebrity worship* menggunakan *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang dikembangkan oleh Maltby, Houran, dan McCutcheon, adaptasi dari skripsi Shabrina Firdaus Fivinda. Skala *celebrity worship* yang digunakan dalam penelitian ini mengukur tiga dimensi, yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological*. Skala ini terdiri dari 34 item serta menggunakan lima pilihan jawaban yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS) dengan hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai koefisien Alpha dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,910 [37]. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,860.

Sementara itu, *Skala subjective well-being* menggunakan *Satisfaction with Life Scale* (SWLS) yang dikembangkan oleh Diener dkk. serta *Positive Affect and Negative Affect Schedule* (PANAS) yang dikembangkan oleh Watson dkk., yang telah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Hanif Akhtar. Skala *Satisfaction with Life Scale* (SWLS) terdiri dari 5 item dan Skala *Positive Affect and Negative Affect Schedule* (PANAS) terdiri dari 20 aitem. Pada skala *Satisfaction with Life Scale* (SWLS) menggunakan opsi jawaban yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Netral (N), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS) sedangkan skala *Positive Affect and Negative Affect Schedule* (PANAS) menggunakan opsi jawaban yaitu Hampir Tidak Pernah (HTP), Jarang (J), Kadang-kadang (KD), Sering (SR), Hampir Selalu (HSL). dan hasil uji reliabilitas skala *Satisfaction with Life Scale* (SWLS) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,828 dan pada skala *Positive Affect and Negative Affect Schedule* (PANAS) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha pada *Positive Affect* yaitu 0,861 sementara itu pada *Negative Affect* menunjukkan Cronbach's Alpha 0,853 [38]. Dalam penelitian ini, skala *Satisfaction with Life Scale* (SWLS) mendapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,631 sedangkan skala *Positive Affect and Negative Affect Schedule* (PANAS) menunjukkan Cronbach's Alpha sebesar 0,815 untuk *positive affect* dan Cronbach's Alpha sebesar 0,747 untuk *negative affect*.

Pada penelitian ini menggunakan *Google G-Form* untuk menyebarkan skala penelitian dan Setelah data dikumpulkan, dilakukan proses skoring, uji asumsi (normalitas, multikolinieritas, dan linearitas), serta uji korelasi Pearson untuk melihat hubungan antarvariabel. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS 26 Statistics for Windows*.

III. Hasil dan Pembahasan

A. Hasil

a. Gambaran Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Usia	15-20	26	24,76%
	21-25	59	56,19%
	26-30	20	19,05%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	71	67,62%
	Perempuan	34	32,38%

Responden dalam penelitian ini merupakan anggota Fans JKT48 Sidoarjo dengan jumlah keseluruhan sebanyak 105 responden. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 71 orang (67,62%), sedangkan responden perempuan berjumlah 34 orang (32,38%). Ditinjau dari usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 21–25 tahun sebanyak 59 orang (56,19%), diikuti oleh usia 15–20 tahun sebanyak 26 orang (24,76%) dan usia 26–30 tahun sebanyak 20 orang (19,05%), yang menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada usia dewasa awal. Sementara itu, berdasarkan lama keanggotaan, responden dengan masa keanggotaan

lebih dari satu tahun mendominasi, yaitu 49 orang (46,67%), diikuti oleh responden dengan lama keanggotaan 1 tahun sebanyak 32 orang (30,48%), dan lebih dari 6 bulan sebanyak 24 orang (22,86%), yang mengindikasikan keterlibatan responden yang relatif kuat dalam komunitas Fans JKT48 Sidoarjo.

b. Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 2. Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	,061	105	,200*	,987	105	,432

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai signifikansi (*p-value*) menggunakan uji Kolmogorov–Smirnov sebesar $0,200 > \alpha = 0,05$ dan nilai signifikansi (*p-value*) menggunakan uji Shapiro–Wilk sebesar $0,432 > \alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas pada analisis regresi telah terpenuhi.

Uji Linieritas Variabel X1 dan Y

Tabel 3. Hasil Uji Linieritas Variabel X1 dan Y

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			169,04	47	3,597	1,432	0,098
<i>Subjective well-being</i> * Dukungan Sosial	Between Groups	Linearity	33,285	1	33,285	13,25	0,001
		Deviation from Linearity	135,755	46	2,951	1,175	0,280
	Within Groups		143,188	57	2,512		
	Total		312,228	104			

Dari hasil uji linieritas yang telah disajikan pada tabel di atas, diperoleh kesimpulan bahwa pada uji linieritas antara variabel dukungan sosial dan *subjective well-being*, nilai signifikansi Deviation from Linearity sebesar $0,280 > 0,05$, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat penyimpangan dari hubungan linear. Selain itu, nilai signifikansi pada komponen Linearity sebesar $0,001 < 0,05$, yang mengindikasikan bahwa hubungan antara dukungan sosial dan *subjective well-being* bersifat linear secara signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel dukungan sosial dan *subjective well-being* memenuhi asumsi uji linieritas

Uji Linieritas Variabel X2 dan Y

Tabel 4. Hasil Uji Linieritas Variabel X2 dan Y

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			166,2	46	3,613	1,435	0,096
<i>Subjective well-being</i> * Celebrity Worship	Between Groups	Linearity	55,515	1	55,515	22,05	0,000
		Deviation from Linearity	110,685	45	2,46	0,977	0,528
	Within Groups		146,028	58	2,518		
	Total		312,228	104			

Dari hasil uji linieritas yang telah disajikan pada tabel di atas, diperoleh kesimpulan bahwa pada uji linieritas antara variabel *celebrity worship* dan *subjective well-being*, nilai signifikansi Deviation from Linearity sebesar $0,528 > 0,05$, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat penyimpangan dari hubungan linear. Selain itu, nilai signifikansi pada komponen Linearity sebesar $0,000 < 0,05$, yang mengindikasikan bahwa hubungan antara *celebrity worship* dan *subjective well-being* bersifat linear secara signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel *celebrity worship* dan *subjective well-being* memenuhi asumsi uji linieritas

Uji Multikolinearitas

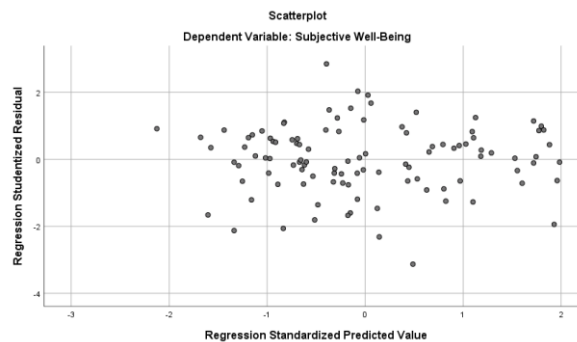
Data dikatakan terdapat kolinieritas tinggi apabila nilai VIF yang dihasilkan lebih besar dari 10,00 dan nilai TOL yang dihasilkan lebih kecil dari 0,10 [39].

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai Tolerance Value	Nilai VIF
Dukungan Sosial (X1)	0,959	1,043
Celebrity worship (X2)	0,959	1,043

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diketahui bahwa variabel dukungan sosial (X1) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,959 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,043. Sementara itu, variabel *celebrity worship* (X2) juga menunjukkan nilai *Tolerance* sebesar 0,959 dan nilai VIF sebesar 1,043. Seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 1. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan scatterplot antara *Regression Standardized Predicted Value* dan *Regression Studentized Residual* pada variabel dependen *Subjective well-being*, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah garis nol serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola mengerucut (funnel), gelombang, maupun pola sistematis lainnya. Penyebaran residual juga relatif merata di sepanjang rentang nilai prediksi, baik pada nilai rendah maupun tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi homoskedastisitas terpenuhi.

c. Uji Hipotesis Pengaruh Dukungan Sosial dan Celebrity worship Terhadap Subjective well-being Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6,865	1,230		-5,579	,000
	Dukungan Sosial	,025	,009	,251	2,848	,005
	Celebrity Worship	,046	,011	,371	4,200	,000

$$y = -6,865 + 0,025X_1 + 0,046X_2$$

Nilai konstanta (a) sebesar -6,865 menunjukkan bahwa apabila variabel dukungan sosial dan *celebrity worship* bernilai nol, maka *subjective well-being* berada pada nilai -6,865. Nilai konstanta yang negatif mengindikasikan bahwa tanpa adanya dukungan dari kedua variabel independen tersebut, tingkat *subjective well-being* cenderung berada pada kondisi rendah. Koefisien regresi variabel dukungan sosial (X_1) sebesar 0,025 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dukungan sosial akan meningkatkan *subjective well-being* sebesar 0,025, dengan asumsi variabel *celebrity worship* berada dalam kondisi konstan. Nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ mengindikasikan bahwa dukungan sosial berpengaruh signifikan terhadap *subjective well-being*. Koefisien regresi variabel *celebrity worship* (X_2) sebesar 0,046 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan *celebrity worship*

akan meningkatkan *subjective well-being* sebesar 0,046, dengan asumsi variabel dukungan sosial berada dalam kondisi konstan. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa *celebrity worship* berpengaruh signifikan terhadap *subjective well-being*.

Uji t (Parsial)

Tabel 7. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6,865	1,230		-5,579	,000
	Dukungan Sosial	,025	,009	,251	2,848	,005
	Celebrity Worship	,046	,011	,371	4,200	,000

Pengaruh variabel Dukungan Sosial terhadap *Subjective well-being* Dari hasil uji t pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung variabel dukungan sosial (X_1) sebesar 2,848, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,984 ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian dapat diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel, serta nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel dukungan sosial berpengaruh signifikan terhadap *subjective well-being*.

Pengaruh variabel *Celebrity worship* terhadap *Subjective well-being* Dari hasil uji t pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung variabel *celebrity worship* (X_2) sebesar 4,200, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,984. Dengan demikian dapat diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel *celebrity worship* berpengaruh signifikan terhadap *subjective well-being*.

Uji F (Simultan)

Tabel 8. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74,420	2	37,210	15,960	,000 ^b
	Residual	237,808	102	2,331		
	Total	312,228	104			

Hasil dari uji F pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 15,960, sedangkan nilai F tabel sebesar 3,09 ($\alpha = 0,05$). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa F hitung $>$ F tabel, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa variabel dukungan sosial dan *celebrity worship* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap *subjective well-being*.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,488 ^a	,238	,223	1,527

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai R Square sebesar 0,238. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas, yaitu dukungan sosial dan *celebrity worship*, dalam menjelaskan variabel terikat *subjective well-being* adalah sebesar 23,8%, sedangkan 76,2% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

d. Uji Mann-Whitney Test Rank

Tabel 10. hasil uji Mann-Whitney U

Mann-Whitney U	643,000
Wilcoxon W	1238,000
Z	-3,864
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

Berdasarkan hasil uji Mann-Whitney U, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 ($p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan tingkat *celebrity worship* ditinjau dari jenis kelamin. Nilai statistik Z sebesar -3,864 mengindikasikan bahwa perbedaan tersebut cukup kuat secara statistik.

e. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan sosial dan *celebrity worship* secara simultan berpengaruh signifikan

terhadap *subjective well-being* ($F = 15,960$; $p < 0,05$). Mengindikasikan bahwa model regresi signifikan secara statistik. Selanjutnya, hasil uji analisa data secara parsial menunjukkan variabel dukungan sosial (X1) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *subjective well-being*. Dilihat dari nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,025 ($t = 2,848$; $p < 0,05$). Hasil analisa data ini menunjukkan bahwa tingkat dukungan sosial berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap *subjective well-being*. Temuan ini mengindikasikan bahwa individu yang memperoleh dukungan sosial yang memadai cenderung memiliki penilaian yang lebih positif terhadap kehidupannya. Dukungan sosial memungkinkan individu merasa diterima, dihargai, serta tidak menghadapi permasalahan secara sendirian, sehingga berkontribusi pada peningkatan *subjective well-being*.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa dukungan sosial berperan penting dalam meningkatkan *subjective well-being* karena mampu memperkuat afek positif dan kepuasan hidup individu. Individu yang mendapatkan dukungan sosial yang memadai cenderung memiliki penilaian yang lebih baik terhadap kualitas hidupnya [14]. Selain itu, penelitian lain juga menyatakan bahwa dukungan sosial memiliki kontribusi signifikan dalam menjaga kondisi psikologis yang positif. Dukungan sosial memungkinkan individu untuk merasakan adanya bantuan dan perhatian dari lingkungan sosialnya, yang berkaitan dengan kemampuan dalam menghadapi tekanan serta emosi negatif. Dukungan sosial berfungsi sebagai faktor yang berkaitan dengan kemampuan individu untuk beradaptasi terhadap tuntutan kehidupan [40].

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa hubungan antara dukungan sosial dan *subjective well-being* bersifat positif dan signifikan. Semakin tinggi dukungan sosial yang dirasakan, maka semakin tinggi pula kepuasan hidup dan afek positif yang dialami individu sebagai komponen utama *subjective well-being* [41].

Selain dukungan sosial, variabel *celebrity worship* juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *subjective well-being*. Hasil uji t-test memperlihatkan bahwa *celebrity worship* memiliki nilai beta (B) sebesar 0,046 ($t = 4,200$; $p < 0,05$), yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *celebrity worship* yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula tingkat kesejahteraan subjektif yang dirasakan.

Hasil penelitian ini searah dengan hasil dari penelitian sebelumnya *celebrity worship* berpengaruh positif dan signifikan dalam tingkat sedang terhadap *subjective well-being* pada penggemar K-Pop. Semakin tinggi tingkat kekaguman penggemar terhadap selebriti K-Pop yang diidolakan, semakin tinggi pula tingkat kebahagiaan dan kepuasan hidup yang dirasakan oleh penggemar tersebut [11]. Hasil penelitian ini juga didukung oleh temuan terdahulu yang menunjukkan bahwa Ketiga aspek *celebrity worship* memiliki hubungan positif dengan *subjective well-being*, artinya tingkat *celebrity worship* yang lebih tinggi, akan menghasilkan *subjective well-being* yang lebih tinggi. Di sisi lain, jika *celebrity worship* berkurang, maka *subjective well-being* menurun [15].

Dukungan sosial dan *celebrity worship* merupakan dua sumber pemenuhan kebutuhan psikologis yang berbeda, namun keduanya berperan dalam membentuk *subjective well-being* individu. Dukungan sosial dipahami sebagai kenyamanan, perhatian, penghargaan, atau bantuan yang diperoleh individu dari orang lain, baik individu maupun kelompok. Dukungan sosial berfungsi sebagai sumber daya dan mekanisme *coping* yang membantu individu mengurangi dampak negatif stres dan konflik, menurunkan afek negatif, serta meningkatkan kepuasan individu terhadap lingkungan sosialnya [40]. Dukungan sosial yang dirasakan individu dapat dilihat dari beberapa aspek, Dukungan emosional didapati melalui perhatian, empati, dan kepedulian sehingga individu merasa dipahami dan diterima. Dukungan penghargaan dalam bentuk pengakuan, apresiasi, serta umpan balik yang positif membantu individu untuk evaluasi dirinya untuk menjadi lebih baik. Dukungan instrumental didapati melalui bantuan nyata atau praktis sehingga dapat membantu individu dalam menyelesaikan permasalahan. Dukungan informasional diberikan melalui saran, arahan, atau informasi yang membantu individu memahami situasi dan menentukan langkah yang tepat. Selain itu, dukungan jaringan sosial tercermin dari perasaan keterhubungan dan keanggotaan individu dalam suatu kelompok sosial, sehingga individu merasa tidak sendiri dalam menghadapi berbagai tuntutan kehidupan [42].

Menurut Diener dan Seligman, dukungan sosial merupakan *predictor subjective well-being*, di mana individu yang memperoleh dukungan sosial yang memadai cenderung lebih sering merasakan kebahagiaan dan afek positif. Bantuan dan dukungan yang diperoleh melalui interaksi sosial juga dapat meningkatkan harga diri dan perasaan positif individu, sehingga berdampak pada kesejahteraan subjektif [14].

Di sisi lain, *celebrity worship* juga dapat memberikan kontribusi terhadap *subjective well-being*. *Celebrity worship* memiliki dampak positif seperti meningkatkan kepuasan diri, menjadi sarana mengatasi stres, serta menyediakan ruang interaksi sosial antar sesama penggemar yang menumbuhkan rasa memiliki (*belongingness*). McCutcheon et al. membagi *celebrity worship* ke dalam tiga dimensi, yaitu *hiburan-sosial*, *intense-personal*, dan *borderline pathological*. pada tingkat *entertainment-social* menunjukkan kekaguman terhadap selebriti yang bersifat wajar dan berfungsi sebagai sumber hiburan, seperti menikmati menonton penampilan, mengikuti informasi mengenai idola, serta membicarakan selebriti favorit dengan sesama penggemar tanpa keterikatan emosional yang mendalam.

Pada tingkat *intense-personal*, individu menunjukkan keterlibatan secara emosional yang lebih besar, didapati dengan perasaan empati yang tinggi, rasa kedekatan, dan keyakinan bahwa dirinya memiliki hubungan yang bersifat khusus dengan selebriti favorit, sehingga memunculkan pemikiran tentang selebriti favorit dikehidupan sehari-hari. Sementara itu, pada tingkat *borderline-pathological*, individu menunjukkan ciri-ciri termasuk obsesif dan cenderung maladaptif, seperti fantasi berlebihan terhadap selebriti, pikiran obsesif yang sulit dikendalikan, keyakinan yang tidak rasional [43].

Namun demikian, pengaruh *celebrity worship* terhadap *subjective well-being* tidak selalu bersifat adaptif. Penelitian lain menunjukkan bahwa hanya dimensi *borderline pathological* yang memiliki pengaruh positif terhadap *subjective well-being*. Peningkatan kesejahteraan subjektif tersebut terjadi karena individu memiliki tingkat kepuasan hidup yang rendah dalam kehidupan nyata, sehingga cenderung meletakkan standar kebahagiaannya pada figur idola sebagai sumber pemenuhan psikologis. Temuan ini menunjukkan bahwa *celebrity worship* dalam kondisi tertentu dapat berfungsi secara kompensatoris, yaitu menggantikan kebutuhan psikologis yang tidak terpenuhi melalui relasi sosial nyata [44]. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lestari dan Mariyati yang menyatakan bahwa keterlibatan individu dalam *celebrity worship* tidak selalu berangkat dari kondisi psikologis yang negatif, melainkan juga dapat muncul pada individu dengan kondisi psikologis yang relatif baik [45]. Selain itu, penelitian lain mendapati bahwa hanya dimensi *borderline pathological* yang memiliki pengaruh positif terhadap *subjective well-being*. Artinya semakin tinggi tingkat *borderline pathological* K-popers maka terjadi peningkatan pada tingkat *subjective well-being*. Namun peningkatan yang terjadi disebabkan oleh tingkat kepuasan individu dalam kehidupan nyata rendah dan kecenderungan mereka meletakkan standar kebahagiaan pada artis idola mereka [13]. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh *celebrity worship* terhadap *subjective well-being* tidak selalu bersifat adaptif, melainkan dapat bersifat kompensatoris, di mana kesejahteraan subjektif meningkat sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan psikologis yang tidak terpenuhi dalam kehidupan nyata.

Artinya, individu yang memperoleh dukungan sosial yang memadai cenderung merasa diterima, diperhatikan, dan dihargai oleh lingkungan sosialnya. Dalam kondisi *celebrity worship* pada tingkat *entertainment-social*, individu memaknai keterlibatan terhadap selebriti sebagai sumber hiburan dan sarana interaksi sosial dengan sesama penggemar. Kombinasi antara dukungan sosial yang diterima dan keterlibatan hiburan sosial tersebut memungkinkan individu merasakan pengalaman afektif yang lebih positif, seperti perasaan senang dan nyaman, sehingga berkaitan dengan afek positif maupun kepuasan hidup.

Berdasarkan analisis regresi linier berganda, diketahui bahwa dukungan sosial dan *celebrity worship* secara bersamaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *subjective well-being*. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,238 menunjukkan bahwa variabel dukungan sosial dan *celebrity worship* ini secara kolektif mampu menjelaskan 23,8% variasi dalam *subjective well-being*, sedangkan 76,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan, *subjective well-being* dipengaruhi oleh berbagai faktor selain dukungan sosial dan *celebrity worship*, seperti Kontrol Diri [20], Optimisme, Religius, Dan Harga Diri [18].

Hasil analisis perbedaan tingkat *celebrity worship* berdasarkan demografi jenis kelamin dapat diketahui responden laki-laki ($N = 71$) didapati dengan nilai *mean rank* yang lebih tinggi, yaitu sebesar 60,94, dibandingkan dengan responden perempuan ($N = 34$) yang memiliki nilai *mean rank* sebesar 36,41. Perbedaan ini diperkuat oleh hasil uji Mann-Whitney yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa perbedaan tingkat *celebrity worship* berdasarkan jenis kelamin bersifat signifikan secara statistik. Penggemar laki-laki lebih banyak menyukai idola perempuan dan penggemar perempuan lebih cenderung menyukai idola laki-laki. Sebagian besar penggemar K-pop lebih menyukai idola K-pop dari jenis kelamin yang berlawanan, dan bahkan mereka yang menyebutkan banyak idola semuanya dari jenis kelamin yang berlawanan [46].

Dalam 3 tingkatan yang ada pada *Celebrity Worship*, laki-laki lebih cenderung berada pada tingkat hiburan, sosial, dan intensitas pribadi, sedangkan perempuan lebih cenderung berada pada tingkat yang lebih tinggi, yaitu intensitas pribadi dan batas patologis. Hal ini terjadi karena perempuan lebih mampu mengekspresikan preferensi mereka dengan lebih jelas dibandingkan laki-laki. Karena anggapan bahwa laki-laki tidak boleh menikmati genre musik yang melibatkan tarian, beberapa orang bahkan secara rahasia menikmati K-pop [46].

Berdasarkan temuan tersebut, perbedaan tingkat dan bentuk *celebrity worship* antara laki-laki dan perempuan tidak hanya bersifat statistik, tetapi juga dapat dipahami dari sudut pandang psikologis perkembangan. Untuk menjelaskan fenomena ini dapat dilihat dari teori perkembangan psikososial Erik Erikson, khususnya tahap *intimacy versus isolation*. Pada masa dewasa awal, individu memiliki kebutuhan utama untuk membangun hubungan yang intim dan bermakna dengan orang lain. Keberhasilan dalam tahap ini dapat dilihat dari kemampuan individu menjalin kedekatan emosional yang stabil, di sisi lain kegagalan pada tahap ini dapat menimbulkan perasaan kesepian dan isolasi emosional. Ketika kebutuhan akan intimasi tersebut tidak terpenuhi secara optimal dalam hubungan interpersonal nyata, individu cenderung mencari alternatif pemenuhan kebutuhan emosional. Dalam konteks ini,

keterikatan terhadap figur selebritas atau idola melalui hubungan parasosial dapat berfungsi sebagai bentuk kompensasi psikologis karena memberikan rasa kedekatan emosional tanpa tuntutan hubungan timbal balik secara langsung, yang selanjutnya dapat memengaruhi intensitas dan tingkat celebrity worship yang muncul pada masing-masing jenis kelamin [47].

V. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima, yang menunjukkan bahwa dukungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap subjective well-being pada fans JKT48 di Sidoarjo. Semakin tinggi dukungan sosial yang dirasakan individu, baik berupa dukungan emosional, penghargaan, maupun instrumental, maka semakin tinggi pula tingkat kesejahteraan subjektif yang dirasakan. Selanjutnya, hipotesis kedua diterima, yang menyatakan bahwa celebrity worship berpengaruh positif dan signifikan terhadap subjective well-being. Keterikatan emosional terhadap figur idola pada tingkat yang wajar dan normatif mampu memberikan pengalaman afektif positif, hiburan, serta rasa keterhubungan emosional. Selain itu, hipotesis ketiga juga diterima, yang menunjukkan bahwa dukungan sosial dan celebrity worship secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap subjective well-being, sehingga kombinasi keduanya berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan subjektif individu.

Penelitian ini memiliki implikasi praktis dalam bidang psikologi perkembangan, konseling remaja, dan psikologi sosial. Temuan ini sejalan dengan tahap intimacy versus isolation menurut Erikson, di mana pemenuhan kebutuhan akan keterhubungan sosial berkontribusi terhadap kesejahteraan individu. Dalam konteks konseling remaja, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengarahkan intervensi pada penguatan dukungan sosial yang adaptif serta pengelolaan celebrity worship secara sehat. Sebagai saran praktis, para penggemar JKT48 disarankan untuk mengidolakan idola secara wajar, misalnya menjadikan idola sebagai sumber hiburan dan motivasi positif tanpa harus memaksakan diri dalam mengikuti seluruh aktivitas fandom atau pengeluaran finansial yang berlebihan. Dengan pengelolaan waktu, emosi, dan keuangan yang seimbang, keterlibatan dalam fandom diharapkan dapat memberikan kebahagiaan dan rasa kebersamaan tanpa menimbulkan tekanan psikologis. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada desain korelasional, keterbatasan subjek penelitian, penggunaan instrumen self-report, serta variabel yang diteliti masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan desain longitudinal atau eksperimental, memperluas cakupan subjek, serta menambahkan variabel psikologis lain yang relevan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi subjective well-being.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh responden, khususnya anggota Fans JKT48 Sidoarjo, atas kesediaan dan partisipasi yang diberikan dalam penelitian ini, serta kepada Komunitas Fans JKT48 Sidoarjo yang telah memberikan izin dan dukungan selama proses pengumpulan data sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Peneliti juga menyampaikan apresiasi kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo atas dukungan akademik, fasilitas, dan lingkungan pendidikan yang kondusif, yang memungkinkan peneliti menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini dengan baik.

REFERENSI

- [1] Convolutional Neural Network,” *Sebatik*, vol. 25, no. 1, pp. 255–261, Jun. 2021, doi: 10.46984/sebatik.v25i1.1286. <https://sebatik.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/view/1286/420>
- [2] G. A. Damasta and D. K. Dewi, “HUBUNGAN ANTARA FANATISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA FANS JKT48 DI SURABAYA”, *Character J. Penelit. Psikol.*, vol. 7, no. 04, pp. 13–18, Sep. 2020. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/36343/32309>
- [3] “Pop Menjadi Genre Musik Favorit Masyarakat Indonesia,” *RRI*, 25 Sep 2024. [Online]. Available: <https://www.rri.co.id/hiburan/1000239/pop-menjadi-genre-musik-favorit-masyarakat-indonesia>.
- [4] Kurniadianti, I. P. (2024). *Perancangan Video Musik Vieos" Terbanglah Bersamaku"* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur). <https://repository.upnjatim.ac.id/24262/>
- [5] Raharjo, M. Z., & Kusuma, A. (2024). Aktivitas Digital Penggemar JKT48: Studi Netnografi Pada Aplikasi Showroom. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(11), 12908-12916. <http://jiip.stkipyapisdompnu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/5024/4697>
- [6] J. W. Santrock, *Life-Span Development: Perkembangan Masa-Hidup*, Edisi ke-13, Jilid 1. Jakarta, Indonesia: Erlangga, 2012.
- [7] Menyelami Dunia Fans JKT48, Wota dan Cerita yang Melatarinya. (2023, 15 Juli). *kumparan.com*. Diakses dari <https://kumparan.com/kumparannews/menyelami-dunia-fans-jkt48-wota-dan-cerita-yang-melatarinya-20nC8uBS2fe/full>
- [8] R. D. Rabbani and M. S. Budiani, “Hubungan antara *Celebrity worship* dengan Perilaku Konsumtif pada Komunitas Fans JKT48 Zeemotion”, *Character J. Penelit. Psikol.*, vol. 11, no. 1, pp. 428–439, Jan. 2024. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/61511/47769>
- [9] Andreas, R. (2020). Praktik Konsumsi Fans JKT48: Kajian Kritis Neo-Marxisme. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum*, 4(1), 205-215. <http://jurnal.abulyatama.ac.id/index.php/humaniora/article/view/771/pdf>
- [10] M. R. R. Pratama and S. Winduwati, “Aktivitas Interaksi Parasosial Penggemar Kepada Idola (Studi Deskriptif Kualitatif pada Wota dan Woti Penggemar JKT48 di Jabodetabek)”, *J. Koneksi*, vol. 5, no. 1, pp. 133–138, Mar. 2021. <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/10197>
- [11] T. L. Isril And A. Yulianto, “Moderasi Jenis Kelamin Dan Usia Pada Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Subjective Well-Being Penggemar K-Pop”, *Sebatik*, Vol. 28, No. 1, Pp. 114–123, Jun. 2024. <https://Sebatik.Wicida.Ac.Id/Index.Php/Sebatik/Article/View/2459>
- [12] L. S. Anjani and D. H. Wibowo, “Hubungan antara celebrity worship terhadap subjective well-being pada remaja penggemar K-Pop,” *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, vol. 3, no. 4, pp. 1023–1029, Dec. 2023. <https://mail.bajangjournal.com/index.php/JCI/article/view/7033>
- [13] R. Mardhatillah and Y. T. Ningsih, “Kontribusi dimensi *celebrity worship* terhadap *subjective well-being* pada mahasiswa K-popers Universitas Negeri Padang,” *IJESPG (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)*, vol. 1, no. 3, pp. 96–106, 2023. <https://ijespgjournal.org/index.php/ijespg/article/view/43/31>
- [14] S. Hartini, S. Ernawati, dan F. Purnomosidi, “Hubungan antara dukungan sosial dengan *subjective well-being* pada mahasiswa Program Studi Psikologi di Universitas Sahid Surakarta,” *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Ilmu Pendidikan*, vol. 4, no. 1, pp. 157–170, Mar. 2025, doi: 10.58192/sidu.v4i1.3132.
- [15] S. Devi, N. Rohayati, dan Y. Minarsih, “Ketika Idol Menjadi Idola: Dampak *Celebrity worship* pada *Subjective well-being* Penggemar Day6 Usia Dewasa Awal,” *IDEA: Jurnal Psikologi*, vol. 9, no. 1, pp. 42–52, 2025, doi: 10.32492/idea.v9i1.9105. <https://ejournal.undar.or.id/index.php/idea/article/view/386>
- [16] “Gambaran *Subjective well-being* pada Mahasiswa yang Bekerja pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Syiah Kuala”, *edukasia*, vol. 5, no. 1, pp. 917–926, Jun. 2024, doi: 10.62775/edukasia.v5i1.895. <https://jurnaledukasia.org/index.php/edukasia/article/view/895/604>
- [17] E. A. Widiyanto and S. Wijono, “Job Burnout dan *Subjective well-being* Pada Perawat Wanita di Puskesmas Kabupaten X”, *Innovative*, vol. 5, no. 1, pp. 6519–6533, Feb. 2025. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/18236/12370>
- [18] K. Yuin, A. A. G. . Agung, and K. R. . Dantes, “Mengkaji Dampak Dukungan Sosial, Optimisme, Religius, Dan Harga Diri Terhadap Kesejahteraan Subyektif Guru ”, *Jur. Pendidik. Ekon. Undiksha*, vol. 16, no. 2, pp. 177–197, Aug. 2024. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JIPPG/article/view/73524/29719>
- [19] M. R. Aditya dan A. Suhesty, “Pengaruh Dukungan Sosial dan Kesejahteraan Subjektif pada Mahasiswa terhadap Stres Akademik,” *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, vol. 8, no. 3, pp. 120–129, 2025. <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/view/4419/2052>
- [20] D. Nastiti and B. Andriani, "The relationship of *celebrity worship* and self control with *subjective well-being* in NCTZen application users X," *Jurnal Psikologi*, vol. X, no. Y, pp. ZZ–ZZ, Month 2025.

- <https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/view/7824>
- [21] F. Arisanti, J. S. Habiby, and M. 'Azam Muttaqin, "Penggunaan teknologi augmented reality dengan pendekatan studi eksploratif dalam pembelajaran anak usia dini," *Journal of Early Childhood Education Studies (JOECES)*, vol. 4, no. 1, pp. 73–104, 2024. <https://doi.org/10.54180/joeces.2024.4.1.73-104>
- [22] L. Dewi and N. Nasywa, "Faktor-faktor yang mempengaruhi subjective well-being," *Jurnal Psikologi Terapan dan Pendidikan*, vol. 1, no. 1, pp. 54–62, May 2019, ISSN: 2715-2456. https://www.researchgate.net/profile/Naila-Nasywa/publication/338408823_Faktor-faktor_yang_mempengaruhi_subjective_well-being/links/6045c3444585154e8c83ce06/Faktor-faktor-yang-mempengaruhi-subjective-well-being.pdf
- [23] R. A. Maharani, A. P. Widodo, dan D. S. Cahyani, "Hubungan *Subjective well-being* dengan *Celebrity worship* pada Anggota Bollywood Mania Club Indonesia di Jakarta," Skripsi, Fakultas Psikologi, Universitas Esa Unggul, Jakarta, 2019. <https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-12159-JURNAL.Image.Marked.pdf>
- [24] Sofwan, A., & Sumaryanti, I. U. (2022, July). Pengaruh *celebrity worship* terhadap compulsive buying pada penggemar k-pop dewasa awal Bandung. In Bandung Conference Series: Psychology Science (Vol. 2, No. 2, pp. 269-276). <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3060272&val=26847&title=Pengaruh%20Celebrity%20Worship%20terhadap%20Compulsive%20Buying%20pada%20Penggemar%20K-Pop%20Dewasa%20Awal%20Bandung>
- [25] Ayu, N. W. R. S., & Astiti, D. P. (2020). Gambaran *celebrity worship* pada penggemar k-pop. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 203-210. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Psikobuletin/article/view/9858/5611>
- [26] Alifia Salsabil, A. (2023). Hubungan antara Kesenian dengan *Celebrity worship* pada Penggemar K-Pop Di Semarang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang). <https://repository.unissula.ac.id/28880/>
- [27] E. Diener, E. M. Suh, R. E. Lucas, dan H. L. Smith, "Subjective well-being: Three decades of progress," *Psychological Bulletin*, vol. 125, no. 2, pp. 276–302, 1999. <https://psycnet.apa.org/record/1999-10106-007>
- [28] H. Pananto and R. A. Paryonti, "Gambaran Dukungan Sosial pada Mahasiswa Psikologi UMSIDA yang Mengerjakan Skripsi", *WebofScientist*, vol. 4, no. 4, Oct. 2023. <https://webofscientist.pubmedia.id/index.php/WebofScientist/article/view/19/26>
- [29] Y. T. Sandaputri and L. I. Mariyati, "Hubungan Antara Dukungan Sosial dan Self efficacy Dengan Quarter Life Crisis pada Mahasiswa di Usia Dewasa", *G-Couns*, vol. 9, no. 1, pp. 416–426, Aug. 2024. <https://journal.upy.ac.id/index.php/bk/article/view/6422>
- [30] Rosa, N. N. (2020). Hubungan dukungan sosial terhadap motivasi belajar daring mahasiswa pada masa pandemi covid-19. *TANJAK: Journal of Education and Teaching*, 1(2), 147-153. <https://ejournal.stainkepri.ac.id/tanjak/article/view/146/99>
- [31] R. S. Hamid, Hubungan Citra Tubuh dan Dukungan Sosial dengan Penerimaan Diri pada Perempuan Penggemar Korean Wave yang Mengikuti Auto-Base Starfess di Twitter, Skripsi, Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2023 https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/24782/1/Skripsi_1907016069_Rachma%20Syauфина%20Hamid_Lengkap.pdf
- [32] K. L. Siedlecki, B. Salhouse, S. Oishi, and S. Jeswani, "The relationship between social support and subjective well-being across age," *Soc Indic Res*, vol. 114, no. 2, pp. 561–576, 2013. Available: <https://doi.org/10.1007/s11205-012-0166-x>
- [33] Cropanzano, R., Anthony, E. L., Daniels, S. R., & Hall, A. V. (2017). Social exchange theory: A critical review with theoretical remedies. *Academy of management annals*, 11(1), 479-516. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/annals.2015.0099>
- [34] N. N. Zahra and P. Y. Wulandari, "Pengaruh harga diri dan kesejahteraan psikologis terhadap celebrity worship pada dewasa awal penggemar K-Pop di Surabaya," *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, vol. 1, no. 1, pp. 1115–1125, 2021. https://www.researchgate.net/profile/Primatia-Wulandari/publication/353979393_Pengaruh_Harga_Diri_dan_Kesejahteraan_Psikologis_terhadap_Celebrity_Worship_pada_Dewasa_Awal_Penggemar_K-pop/links/611d15931e95fe241adc5341/Pengaruh-Harga-Diri-dan-Kesejahteraan-Psikologis-terhadap-Celebrity-Worship-pada-Dewasa-Awal-Penggemar-K-pop.pdf
- [35] E. I. Hidayat, M. Ramli, and A. J. Setiowati, "Pengaruh self efficacy, self esteem, dan dukungan sosial terhadap stres akademik mahasiswa tingkat akhir," *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, vol. 6, no. 4, pp. 635–642, Apr. 2021, E-ISSN: 2502-471X. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/103116317/6395-libre.pdf?1686135141=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPengaruh_Self_Efficacy_Self_Esteem_Dukung.pdf&Expires=176792

7611&Signature=EpyPhdgQK~V4wiztuoLIwn8wlCq9-7BPE0tcF5VLu1A9ANYGC4FFdolziUX10ndDWdemcB8VZ7vfMvbKC9MdJz6rEayZxDqHgu7VooPDr m4NfECX6blVInRn5prcTZ51HarBKxG0iabW-z6iWwgAZoHVjhAQNWNVdvggrdTXIGSff-ELdURu7E4thcCANFRLnXh~LJDzbAPbQf4vZ8dMzSHticrfcumJtZQ3zn2e55ta--Z2nTV~vmctXarJ2j-zYtFgihra94eK4wYn2-16vo0jargOFWwhnt8JDFOLJkwuEONeEY6EtIcDMSyOVenMGU2un6LkMaIVDaawAWgHDg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

- [36] A. Wahab and Junaedi, "Sampling dalam Penelitian Kesehatan," *Jurnal Penelitian dan Kajian Kesehatan*, 2022. <https://ejournal.stikesbbmajene.ac.id/index.php/jptk/article/view/33/23>
- [37] Shabrina Firdaus Fivinda, *Kelekatan pada Orang Tua dan Celebrity worship Remaja Penggemar K-Pop*, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2024. <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/3886/1/SKRIPSI.pdf>
- [38] Hanif Akhtar, *Evaluasi Properti Psikometris dan Perbandingan Model Pengukuran Konstruk Subjective well-being*, Jurnal Psikologi, 2019. https://www.researchgate.net/profile/Hanif-Akhtar/publication/335291733_Evaluasi_Properti_Psikometris_dan_Perbandingan_Model_Pengukuran_Konstruk_Subjective_Well-Being/links/5d5ccf39299bf1b97cfa2d92/Evaluasi-Properti-Psikometris-dan-Perbandingan-Model-Pengukuran-Konstruk-Subjective-Well-Being.pdf
- [39] I. N. Azizah, P. R. Arum, dan R. Wasono, "Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Bora tahun 2020," dalam *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, vol. 4, 2021. <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/seminas/article/download/773/784>
- [40] Dita Rama Dhanisa Chaeruman, Fahira Izza Nabila, Jeineva Choli, and Lucky Purwantini, "Hubungan Dukungan Sosial Dan Self Esteem Dengan Subjective Well Being Pada Mahasiswa Universitas Islam '45' Bekasi", *JUPENDIS*, vol. 2, no. 2, pp. 194–205, Jan. 2024. DOI: <https://doi.org/10.54066/jupendis.v2i2.1535>
- [41] L. N. Sardi and Y. Ayriza, "Pengaruh Dukungan Sosial Teman Sebaya terhadap Subjective Well-Being Pada Remaja yang Tinggal di Pondok Pesantren", *AP*, vol. 2, no. 1, pp. 41–48, Aug. 2020. DOI: <https://doi.org/10.21831/ap.v1i1.34116>
- [42] Rahmawati, A., & Nurhamida, Y. (2018). Dukungan Sosial Teman Virtual Melalui Media Instagram pada Remaja Akhir. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 6(1), 111–130. <https://doi.org/10.22219/jipt.v6i1.5534>
- [43] A. S. Brotokusumo and I. K. Swasti, "The role of celebrity worship in the eudaimonic well-being of ARMY fandom/fanbase members in Indonesia," *Philanthropy: Journal of Psychology*, vol. 8, no. 1, pp. 48–64, 2024. DOI: <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v8i1.7865>
- [44] R. Mardhatillah and Y. T. Ningsih, "Kontribusi dimensi *celebrity worship* terhadap *subjective well-being* pada mahasiswa K-popers Universitas Negeri Padang," *IJESPG (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)*, vol. 1, no. 3, pp. 96–106, 2023. <https://ijespgjournal.org/index.php/ijespg/article/view/43/31>
- [45] P. W. W. Lestari and L. I. Mariyati, "Pengaruh psychological well-being dan loneliness terhadap celebrity worship pada fans K-pop," *Al-Isyraq: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, dan Konseling Islam*, vol. 8, no. 2, pp. 971–998, 2025. <https://jurnal.pabki.org/index.php/alisyraq/article/view/903>
- [46] M. A. Muslimah, R. S. Kusuma, and M. I. Kom, "Hubungan gender dalam *celebrity worship*," *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia, 2021. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/91750>
- [47] B. J. O. Putri dan H. Indrijati, "Hubungan kesepian dengan stres pada dewasa awal yang lajang," *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, Universitas Airlangga, vol. 2, no. 1, 2022. <https://repository.unair.ac.id/119526/>

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.

