

## **DAMPAK CELEBRITY WORSHIP TERHADAP PROBLEMATIC INTERNET USE PADA REMAJA PENGGEMAR K-POP DI MASA PANDEMI COVID-19**

**Felicita Mauli<sup>1</sup> & Agustina<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Sarjana Psikologi, Universitas Tarumanagara Jakarta  
*Email: felicita.705180066@stu.untar.ac.id*

<sup>2</sup> Program Studi Sarjana Psikologi, Universitas Tarumanagara Jakarta  
*Email: agustina@fpsi.untar.ac.id*

*Masuk : 13-05-2022, revisi: 09-11-2023, diterima untuk diterbitkan : 11-11-2023*

---

### **ABSTRACT**

*The COVID-19 pandemic has spread throughout the world, including Indonesia. New regulations had to be made in order to break the chain of spread. People are starting to look for their own hobbies and pleasures to fill their time at home. Fans of Korean Pop (K-Pop) music are also forced to spend their hobbies listening to songs, following their idol's activities, and others at home. The activities of K-Pop fans are forced to be done online and by accessing the internet. The subjects of this research are K-Pop fans. This research is a quantitative research that examines the role of celebrity worship variables and problematic internet use. The research participants were young K-Pop fans aged 11-20 years. Celebrity worship is measured using the Celebrity Attitude Scale (CAS), and problematic internet use is measured by the Generalized Problematic Internet Use Scale 2 (GPIUS 2). The data were processed using simple linear regression. The results of this study are that there is an impact between celebrity worship on problematic internet use in adolescent fans of K-Pop. The impact of celebrity worship on problematic internet use is 10.1% while the other 89.9% is caused by other factors outside this research.*

**Keywords:** *Celebrity worship, problematic internet use, K-Pop, adolescence.*

### **ABSTRAK**

Pandemi COVID-19 meluas ke seluruh dunia tak terkecuali di Indonesia. Peraturan baru terpaksa harus dibuat demi memutus rantai penyebaran. Masyarakat mulai mencari hobi dan kesenangan masing masing untuk mengisi waktu di rumah. Penggemar musik Korean Pop (K-Pop), juga terpaksa menghabiskan hobinya untuk mendengarkan lagu, mengikuti aktivitas idolanya, dan lain-lain di rumah. Aktivitas penggemar K-Pop terpaksa harus dilakukan secara online dan dengan mengakses internet. Subjek penelitian ini adalah penggemar K-Pop. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menguji peran antara variabel *celebrity worship* dan *problematic internet use*. Partisipan penelitian adalah remaja penggemar K-Pop yang berusia 11-20 tahun. *Celebrity worship* diukur dengan menggunakan alat ukur *Celebrity Attitude Scale* (CAS), dan *problematic internet use* diukur dengan *Generalized Problematic Internet Use Scale 2* (GPIUS 2). Data diolah dengan menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini adalah terdapat dampak antara *celebrity worship* pada *problematic internet use* pada remaja penggemar K-Pop. Dampak *celebrity worship* pada *problematic internet use* sebesar 10.1% sedangkan 89.9% lainnya disebabkan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Celebrity worship, problematic internet use, K-Pop, remaja.*

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pandemi mendorong individu untuk lebih sering menghabiskan waktunya untuk melakukan hobinya. Bagi penggemar musik aktivitas yang dapat dilakukan terbatas karena peraturan baru yang harus diikuti. Aktivitas penggemar musik terpaksa harus dilakukan didalam rumah dengan menggunakan media internet. Menurut Khairunnisa (2021), dewasa kini semakin banyak individu yang menyukai genre musik K-Pop di Indonesia. Menurut laporan twitter tahun 2021, terdapat 7,5 miliar cuitan tentang K-Pop yang diunggah pada rentang waktu 1 Juli 2020 - 30 Juni 2021 (Putri, 2021). Tidak hanya Twitter, berkat *platform* YouTube, Indonesia berada di posisi kedua dengan 9,9% total tayangan K-Pop di Youtube Indonesia (Marianti, 2020). Dilansir oleh Databoks (Annur, 2021), layanan *streaming* musik Spotify semakin meningkat setiap tahunnya. Terlihat bahwa jumlah pendengar aktif bulanan sebanyak 356 juta pengguna pada kuartal 1-2021 yang meningkat 24% dibandingkan pada kuartal 1-2020 yang hanya sebesar 286 juta pengguna. Menurut survei yang dilakukan oleh portal berita Kumparan (Niken, 2017) kepada 100 orang fans K-Pop di Indonesia menghasilkan sekitar 57% dari mereka berada di usia remaja. Masa remaja cenderung lebih sering melakukan *celebrity worship* daripada individu yang berada dalam masa dewasa (McCutcheon et al., 2002). Tahapan perkembangan yang di dalamnya terdapat perubahan fisik, kognitif, dan psikososial dimana tahapan tersebut juga menjadi masa transisi dari perkembangan anak-anak menuju dewasa disebut juga dengan remaja (Papalia et al., 2013). Individu yang menjadi *celebrity worshipers* cenderung melakukan tindakan yang negatif (Maltby et al., 2001). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Zsila et al., (2018) *celebrity worship* berasosiasi dengan *Problematic Internet Use* (PIU). *Problematic internet use* merupakan perilaku adiksi yang dilakukan dalam mengakses internet (Griffiths, 2000). Individu yang memiliki adiksi dengan internet cenderung melakukan perilaku negatif. Motivasi untuk menggunakan internet yang terus menerus dapat membuat individu tidak ingin bersosialisasi dengan dunia nyata dan hanya fokus menambah teman dunia maya (Griffiths, 2000). Individu yang mengakses internet lebih dari 2 jam per harinya dapat meningkatkan *problematic internet use* (Wang et al., 2011).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Vally et al. (2021) membahas tentang mengenai *celebrity worship* dengan *problematic internet use* di Arab menyatakan bahwa *celebrity worship* memiliki hubungan dengan *problematic internet use* dengan korelasi sebesar 0.27. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zsila et al., (2018) mengenai *celebrity worship* dengan *problematic internet use* untuk masyarakat Hungaria mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan *celebrity worship* dengan *problematic internet use* dengan angka korelasi sebesar 0.38. Dari kedua hasil penelitian tersebut jika disimpulkan bahwa populasi di Arab memiliki *celebrity worship* yang lebih kecil dari worship populasi di Hungaria (Zsila et al., 2018; Vally et al, 2021). Namun dari hasil kedua penelitian tersebut belum ada yang membahas mengenai peran *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* itu sendiri. Hal tersebut yang menjadi alasan untuk peneliti meneliti lebih dalam lagi mengenai dampak *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* pada remaja penggemar musik K-Pop. Terlebih belum ada yang membahas tentang dampak *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* pada remaja penggemar K-Pop di Indonesia.

### Rumusan Masalah

Apakah terdapat dampak *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* pada remaja penggemar musik K-Pop?

## 2. METODE PENELITIAN

### Partisipan Penelitian

Partisipan dalam penelitian ini adalah remaja berusia 10 hingga 20 tahun dengan total partisipan sebanyak 390 orang. Partisipan mengisi kuesioner secara online menggunakan tautan *Google form*. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik *non probability sampling* dengan menggunakan jenis *purposive sampling*.

**Tabel 1**

*Profil Demografi Partisipan Penelitian (n = 390)*

Data		Frekuensi	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	36	9.2
	Perempuan	354	90.8
Pendidikan	Kuliah	299	76.7
	SD	1	0.3
	SMA	75	19.5
	SMP	15	3.8
Lama menjadi Fans	1-2 tahun	55	14.1
	3-5 tahun	126	32.3
	Kurang dari 1 tahun	27	6.9
	Lebih dari 5 tahun	182	46.7
Penggunaan waktu Internet	1-2 Jam	5	1.3
	3-4 Jam	52	13.3
	5-6 Jam	111	28.5
	Kurang dari 1 Jam	4	1.0
	Lebih dari 6 Jam	218	55.9

### Desain dan Prosedur Penelitian

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan bentuk non-eksperimen. Pengisian dilakukan secara daring yang disebarakan melalui tautan *Google Form* yang dibagikan lewat media sosial. Kuesioner terdiri dari halaman informed consent, data demografis, serta alat ukur yang mengukur dua variabel yaitu *celebrity worship* dan *problematic internet use*.

### Alat Ukur Penelitian

#### *Celebrity attitude scale (CAS)*

*Celebrity worship* adalah *Celebrity Attitude Scale (CAS)*. Alat ukur ini terdiri dari 31 butir yang didalamnya mengukur 3 tingkatan *celebrity worship* yaitu *entertainment social*, *intense personal*, dan *borderline pathology*. 31 butir tersebut terdiri dari 16 butir dimensi *entertainment social*, 9 butir *intense personal*, dan 6 *borderline pathology*. Alat ukur ini dikembangkan oleh McCutcheon (2001) dan pernah digunakan di beberapa penelitian Maltby (2006). Validitas alat ukur ini adalah 0.91 (McCutcheon et al., 2002). Peneliti melakukan try out terlebih dahulu kepada 60 sampel. Hasil Uji reliabilitas pada alat ukur *Celebrity Attitude Scale (CAS)* menunjukkan *alpha cronbach* sebesar 0.934 yang artinya alat ukur tersebut memiliki reliabilitas yang bagus untuk dapat digunakan dalam penelitian ini.

Maltby et al. (2004) mengatakan tingkatan pertama pada alat ukur *Celebrity Attitude Scale (CAS)* adalah *entertainment-social*, *Entertainment-social* atau hiburan sosial merujuk pada individu yang

memiliki ketertarikan terhadap selebriti dengan alasan merasa terhibur dengan keberadaan selebriti tersebut dan merasa senang ketika dapat membicarakan idolanya. Dimensi ini terdiri dari 16 butir pertanyaan. Melalui hasil uji reliabilitas diketahui bahwa dimensi ini memiliki koefisien *Alpha Cronbach* sebesar 0.843. Tingkatan kedua dalam alat ukur *Celebrity Attitude Scale (CAS)* adalah *intense personal*. Tingkatan ini berisi dari 10 butir yang membahas tentang perilaku penggemar yang kompulsif dan intensif terhadap idolanya. Melalui hasil uji reliabilitas diketahui bahwa dimensi ini memiliki koefisien *Alpha Cronbach* sebesar 0.801. Tingkatan ketiga dalam alat ukur ini adalah *borderline pathological*. Tingkatan ini berisi 5 butir yang membahas tentang perilaku sosial-patologis penggemar terhadap idolanya. Melalui hasil uji reliabilitas diketahui bahwa dimensi ini memiliki koefisien *Alpha Cronbach* sebesar 0.716.

### ***Problematic internet use (PIU)***

#### ***Generalized problematic internet use scale 2 (GPIUS 2)***

Alat ukur yang digunakan untuk melakukan variabel PIU adalah *Generalized Problematic Internet Use Scale 2 (GPIUS 2)* yang dikembangkan oleh Caplan (2010) Kuesioner GPIUS 2 terdiri atas 5 butir yang disusun atas 5 konstruk atau dimensi, tiap dimensi terdiri dari 3 butir. Skala pada GPIUS 2 yaitu skor 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS) hingga skor 8 untuk Sangat Setuju (SS). Semakin tinggi skor yang ditunjukkan, maka semakin besar permasalahan perilaku individu tersebut dalam penggunaan internet. Peneliti melakukan try out terlebih dahulu kepada 60 sampel. Hasil Uji reliabilitas pada alat ukur *Generalized Problematic Internet Use Scale 2 (GPIUS 2)* menunjukkan *alpha cronbach* sebesar 0.893 yang artinya alat ukur tersebut memiliki reliabilitas yang cukup untuk dapat digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya, penulis menguji reliabilitas butir-butir tiap dimensi. Dimensi pertama *preference for online social interaction* yang terdiri butir 1, 6, dan 11. Hasil yang diperoleh dari *Alpha Cronbach's* adalah 0.857. Dimensi kedua adalah *mood regulation* yang terdiri dari butir 2, 7 dan 12. Hasil yang diperoleh adalah 0.783. Berdasarkan hal tersebut, dimensi *mood regulation* memiliki reliabilitas yang baik. Dimensi *cognitive preoccupation* yang terdiri dari butir 3, 8, dan 13 memperoleh *Alpha Cronbach's* sebesar 0.773. Dimensi *compulsive internet use* yang terdiri dari butir nomor 4, 9 dan 14 memiliki hasil *Alpha Cronbach's* yaitu 0.805. Dimensi terakhir yaitu dimensi *negative outcomes* yang terdiri dari butir 5, 10, dan 15 memperoleh nilai *Alpha Cronbach's* 0.709. Berdasarkan dari data tersebut, maka seluruh dimensi dari alat ukur GPIUS 2 memiliki reliabilitas yang baik.

### **Analisa Data**

Peneliti menginput data kuesioner, dan memeriksa apakah terdapat data yang tidak relevan. Setelah itu data dalam penelitian diolah dengan *software* pengolahan data yaitu SPSS 26.00. Peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas variabel penelitian, melakukan olah data deskriptif, lalu uji normalitas variabel penelitian. Pengolahan data dengan uji regresi linear sederhana untuk mengetahui dampak IV terhadap DV.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil

Pada penelitian ini terdapat pembagian kategori menggunakan statistik hipotetik. variabel *celebrity worship* dengan kategori rendah memiliki persentase sebesar 13.1% atau sebanyak 51 partisipan, kategori sedang memiliki persentase 78.7% atau sebanyak 307 partisipan dan kategori tinggi memiliki persentase sebanyak 8.2% atau 32 partisipan. Pada penelitian ini sebagian besar partisipan berada pada kategori sedang. Untuk variabel *Problematic internet use* dengan kategori rendah memiliki persentase sebesar 9,7% atau sebanyak 38 partisipan, kategori sedang memiliki persentase 55,1 atau sebanyak 215 partisipan dan kategori tinggi memiliki persentase sebanyak 35,1 atau 137 partisipan. Pada penelitian ini sebagian besar partisipan berada pada kategori sedang

#### Uji Asumsi

Uji normalitas pada kedua variabel penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov Smirnov. Hasil menunjukkan bahwa data bersifat normal dengan nilai Sig 0.801.

#### Hasil Uji Regresi

Pada penelitian ini untuk mengetahui dampak antara variabel *celebrity worship* dengan *problematic internet use* maka dilakukan uji regresi sederhana. Hasil uji regresi sederhana memperoleh nilai F hitung sebesar 43,724 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ , maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi adanya dampak variabel *celebrity worship* terhadap *problematic internet use*.

Terdapat juga hasil nilai korelasi (R) yaitu sebesar 0,318 dan kemudian diperoleh koefisien determinasi (*r square*) sebesar 0,101 yang berarti bahwa dampak variabel *celebrity worship* dengan *problematic internet use* adalah sebesar 10,1%.

#### Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak antara *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* pada remaja penggemar musik K-Pop. Sebelum mencari dampak dari kedua variabel ini, peneliti mencari hubungan antara kedua variabel penelitian ini. Hasil dari uji korelasi yang telah dilakukan adalah terdapat hubungan antara *celebrity worship* dan *problematic internet use* pada remaja penggemar K-Pop sebesar 0.31. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian Vally et al, (2021) dan Zsila et al, (2018) yang menyatakan terdapat hubungan antara *celebrity worship* dan *problematic internet use*. Penelitian yang dilakukan Vally et al., (2021) yang membahas tentang mengenai hubungan *celebrity worship* dan *problematic internet use* di Arab menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *celebrity worship* dan *problematic internet use* sebesar 0.27. Penelitian yang dilakukan oleh Zsila et al., (2018) mengatakan bahwa terdapat hubungan antara *celebrity worship* dan *problematic internet use* pada partisipan di Hungaria sebesar 0.38. Setelah menguji hubungan antara kedua variabel tersebut, peneliti menguji dampak antara kedua variabel tersebut.

Berdasarkan uji yang sudah dilakukan, peneliti menemukan bahwa *celebrity worship* berdampak sebesar 10,1% terhadap *problematic internet use* pada remaja penggemar K-Pop. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian Asmaussolihat dan Nugrahawati (2022) bahwa terdapat pengaruh antara *celebrity worship* dan *problematic internet use* walaupun dengan subjek penelitian yang berbeda. Hasil dari penelitian ini menambah hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Vally et al., (2021) yang mengatakan bahwa terdapat hubungan antara *celebrity worship* dan *problematic internet use* di Arab dan penelitian yang dilakukan oleh Zsila et al., (2018) yang menghasilkan hasil penelitian yang sama untuk populasi Hungaria. Dari penelitian yang

membahas mengenai *celebrity worship* dan *problematic internet use*, partisipan di Indonesia khususnya para remaja penggemar K-Pop memiliki angka korelasi yang lebih tinggi dari pada partisipan di negara Arab namun memiliki angka korelasi yang lebih rendah dari pada partisipan di Hungaria.

Dalam penelitian ini juga terdapat analisis data tambahan mengenai uji regresi dimensi *celebrity worship* yaitu *intense personal*, *entertainment social*, dan *borderline pathological* terhadap *problematic internet use*. Hasilnya adalah semua dimensi *celebrity worship* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap *problematic internet use*. Dari 3 dimensi *celebrity worship*, dimensi *borderline-pathological* memiliki dampak yang paling tinggi dibanding dimensi lainnya, yaitu sebesar 9.0%. Dimensi tersebut merupakan tingkatan paling tinggi pada variabel *celebrity worship* yang memperlihatkan kondisi ekstrim dan biasanya berdampak dengan melakukan tindakan yang negatif dan maladaptif (Maltby et al., 2001). Individu yang memiliki tingkat *celebrity worship* tersebut cenderung berlebihan dalam memuja idola yang disukainya dan merasa terputus dengan lingkungan sosialnya namun masih ingin tetap bersosialisasi dengan orang lain. Merasa terputus dengan lingkungan sosialnya membuat individu yang memiliki *celebrity worship* di tahap tertinggi memilih untuk bersosialisasi dengan lingkungan yang menerimanya (McCutcheon et al., 2002). Lingkungan yang dimaksud tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan internet. Individu yang memiliki *celebrity worship* yang tinggi juga memungkinkan untuk terlibat dalam penggunaan internet yang berlebihan (Vally et al., 2021).

Peneliti juga menguji beda variabel *celebrity worship* ditinjau dari jenis kelamin. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan *celebrity worship* ditinjau dari jenis kelamin. Di dalam penelitian ini, terlihat bahwa tingkat *celebrity worship* laki-laki lebih tinggi dari pada tingkat *celebrity worship* perempuan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian McCutcheon (2002) dimana tingkat *celebrity worship* laki-laki berbeda secara signifikan dengan tingkat *celebrity worship* perempuan.

Uji beda variabel *celebrity worship* juga dilakukan dengan ditinjau dari usia. Hasil pengujian menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada *celebrity worship* jika ditinjau dari usia. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Vally et al, (2021) yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara *celebrity worship* dengan usia. Selain itu, tahapan usia pada responden dalam penelitian ini sama-sama berada di dalam tahapan usia remaja, sehingga tidak tampak perbedaan usia yang signifikan.

Terakhir, peneliti melakukan uji beda variabel *celebrity worship* berdasarkan waktu penggunaan internet. Hasil dari uji tersebut adalah terdapat perbedaan signifikan pada *celebrity worship* jika ditinjau dari waktu penggunaan internet dengan kelompok waktu 3-4 jam dengan 5-6 jam. Penggunaan internet yang berlebihan dan dapat mengganggu aktivitas keseharian individu yang dapat dikatakan sebagai *problematic internet use* (Caplan, 2002). Individu yang mengakses internet di atas 2 jam dalam satu hari dapat meningkatkan *problematic internet use* (Wang et al., 2011).

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini dilakukan pada masa COVID-19, sehingga peneliti mengalami kendala dalam melakukan pencarian partisipan dan semua pengumpulan partisipan hanya dilakukan secara *online* menggunakan *Google Form*. Oleh karena itu, peneliti tidak mengetahui kredibilitasnya. Kedua, peneliti juga mengalami kesulitan dalam mencari partisipan berjenis kelamin laki-laki, sehingga jumlah partisipan laki-laki dalam

penelitian ini tidak seimbang dengan jumlah partisipan perempuan. Ketiga, peneliti tidak mendapatkan partisipan dari perkumpulan atau komunitas yang spesifik.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji data utama, dapat disimpulkan bahwa *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* pada remaja penggemar K-Pop. Peran *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* sebesar 10.1%, sedangkan 89.9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji data tambahan dapat diketahui bahwa dimensi *celebrity worship* yang memiliki peran signifikan terhadap *problematic internet use* adalah dimensi *borderline pathological*, yaitu sebesar 9.0%. Dimensi yang lain seperti *intense personal* memiliki peran sebesar 8.6% terhadap *problematic internet use*, dimensi *entertainment social* memiliki peran sebesar 7.1% terhadap *problematic internet use*. Peneliti juga melakukan uji beda pada variabel *celebrity worship* ditinjau dari jenis kelamin dan hasilnya adalah terdapat perbedaan signifikan antara *celebrity worship* pada laki-laki dan perempuan. Terakhir, peneliti melakukan uji beda variabel *celebrity worship* ditinjau dari waktu penggunaan internet yang menghasilkan bahwa terdapat perbedaan signifikan jika ditinjau berdasarkan waktu penggunaan internet.

#### Saran

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan ilmu pengetahuan bidang psikologi khususnya di bidang psikologi klinis, khususnya yang berhubungan dengan *celebrity worship* dan *problematic internet use* serta menambah pengetahuan dan wawasan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah dengan mencari partisipan yang sesuai, khususnya partisipan laki-laki dan menambah beberapa data demografi seperti pertanyaan mengenai domisili dan level ekonomi. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian mengenai *celebrity worship* disarankan dapat melakukan penelitian yang lebih spesifik mengenai kriteria subjek sebagai penggemar.

#### Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara. Terima kasih juga kepada partisipan yang telah bersedia meluangkan waktunya dan berpartisipasi dalam penelitian ini, serta penulis berterima kasih kepada setiap pihak yang terlibat dalam pengerjaan penelitian ini.

#### REFERENSI

- Annur, C. M. (2021). Jumlah Pendengar Aktif Bulanan Spotify Naik 24% pada Kuartal 1-2021. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/24/jumlah-pendengar-aktif-bulanan-spotify-naik-24-pada-kuartal-i-2021>
- Asmaussolihat, S., & Nugrahawati, E. N. (2022). Pengaruh *celebrity worship* terhadap *problematic internet use* pada anggota NCTzen Indonesia. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(1), 328-336. doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.1074
- Caplan, S. E. (2002). Problematic internet use and psychosocial well-being: development of a theory-based cognitive-behavioral measurement instrument. *Computers in human behavior*, 18(5), 553-575. doi.org/10.1016/S0747-5632(02)00004-3

- Caplan, S. E. (2010). Theory and measurement of generalized problematic internet use: A two-step approach. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 1089-1097. doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.012
- Griffiths, M. D. (2000). Does internet and computer "addiction" exist? Some case study evidence. *Cyberpsychology and Behavior*, 3(2), 211-218. doi.org/10.1089/109493100316067
- Khairunnisa, A. Y. (2021). Korean Wave di Indonesia. Kumparan. <https://kumparan.com/amirah-yasmin-khairunnisa/korean-wave-di-indonesia-1v27db9DnIj>
- Marianti, Y. (2020). 5 Negara dengan Penggemar K-Pop terbanyak, Indonesia Nomor Berapa ya?. Indozone. Diakses pada tanggal 28 Agustus 2021.
- Maltby, J., McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., & Houran, J., (2001). The self reported psychological well-being of celebrity worshippers. *North American Journal of Psychology*, 3(3), 441-452.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Gillett, R., Houran, J., & Ashe, D. D. (2004). Personality and coping: A context for examining celebrity worship and mental health. *British Journal of Psychology*, 95(4), 411-428. doi.org/10.1348/0007126042369794
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. *Personality and Individual Differences*, 40(2), 273-283. doi.org/10.1016/j.paid.2005.07.004
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British journal of psychology*, 93(1), 67-87. doi.org/10.1348/000712602162454
- Niken, N., Kusumadewi, A., Dewi, S. K. (2017). Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan Bumbu Remaja. *Kumparan K-Pop*. <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja/full>
- Papalia, D., Olds, S., & Feldman, R. (2013). *Human Development* (13rd ed). McGraw-Hill Education: New York.
- Putri, M. I. (2021). Indonesia Jadi Negara yang Paling Banyak Bicarakan K-Pop di Twitter. *Tirto.id*. <https://tirto.id/indonesia-jadi-negara-yang-paling-banyak-bicarakan-k-pop-di-twitter-gihK>
- Wang, H., Zhou, X., Lu, C., Wu, J., Deng, X., Hong, L., Scott, J. G. (2011). Problematic internet use in high school students in Guangdong Province, China. *PLoS ONE*, 6(5), e19660. doi.org/10.1371/journal.pone.0019660
- Vally, Z., Moussa, D., Khalil, E., Al Fahel, A., Al Azry, N., & Jafar, N. (2021). Celebrity worship in the United Arab Emirates: An examination of its association with problematic internet use, maladaptive daydreaming, and desire for fame. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 124-134. doi.org/10.1037/ppm0000276
- Zsila, A., McCutcheon, L. E., Demetrovics, Z. (2018). The association of *celebrity worship* with problematic internet use, maladaptive daydreaming, and desire for fame. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(3), 654-664. doi.org/10.1556/2006.7.2018.76