

Nomor: 009/BK/I/S/2023

**ANALISIS *CELEBRITY WORSHIP* MAHASISWA
DI PERGURUAN TINGGI DI BANDUNG**

**(Implementasi bagi Layanan Bimbingan dan Konseling Melalui
Website tywors.net)**

SKRIPSI

**diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan dalam Bidang Ilmu Bimbingan dan Konseling**



oleh
Angelita Jayalaksana Fitri
NIM 1808284

**PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2023**

**ANALISIS *CELEBRITY WORSHIP* MAHASISWA
DI PERGURUAN TINGGI DI BANDUNG**

**(Implementasi bagi Layanan Bimbingan dan Konseling Melalui
Website tywors.net)**

oleh
Angelita Jayalaksana Fitri

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan dalam Bidang Ilmu Bimbingan dan Konseling
Fakultas Ilmu Pendidikan

© Angelita Jayalaksana Fitri
Universitas Pendidikan Indonesia
Januari 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang,
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak ulang,
difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

**ANGELITA JAYALAKSANA FITRI
NIM 1808284**

**ANALISIS *CELEBRITY WORSHIP* MAHASISWA
DI PERGURUAN TINGGI DI BANDUNG**

**(Implementasi bagi Layanan Bimbingan dan Konseling Melalui
Website tywors.net)**

disetujui dan disahkan oleh pembimbing

Pembimbing I



**Prof. Dr. Uman Suherman AS., M.Pd.
NIP 19620623 198610 1 001**

Pembimbing II



**Nadia Aulia Nadhirah, M.Pd.
NIP 920171219900414201**

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Bimbingan dan Konseling
Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Pendidikan Indonesia**



**Dr. Ipah Saripah, M.Pd.
NIP 19771014 200112 2 001**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis *Celebrity Worship* Mahasiswa di Perguruan Tinggi di Bandung (Implementasi bagi Layanan Bimbingan dan Konseling Melalui *Website tywors.net*)” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya.

Bandung, Januari 2023



Angelita Jayalaksana Fitri

NIM 1808284

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur selalu dipanjatkan kepada Allah Swt. yang telah memberikan kasih sayang, nikmat, hidayah, karunia, dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan. Selama proses penyusunan tidak terlepas dari banyaknya pihak yang telah membantu penulis dalam bentuk pikiran, waktu, bimbingan, dan dukungan. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Uman Suherman AS., M.Pd. selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan berbagai arahan, bimbingan, dan dukungan sedari awal hingga selesai sangatlah berarti bagi peneliti.
2. Nadia Aulia Nadhirah, M.Pd., selaku dosen Pembimbing yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengambil sebuah tantangan besar, membimbing dengan penuh kesabaran, pengarahan serta dukungan kepada penulis sedari awal hingga selesai sangatlah berarti bagi peneliti.
3. Dr. Ipah Saripah, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Sarjana Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam proses perizinan untuk penyelesaian penelitian.
4. Drs. Sudaryat Nurdin Akhmad, M.Pd., yang telah berkenan memberikan waktunya untuk membantu peneliti dalam pengolahan data. Ilmu yang diberikan sangat bermanfaat bagi keberlangsungan penelitian.
5. Staf Tata Usaha Program Studi Bimbingan dan Konseling yang selalu membantu peneliti dalam hal administrasi.
6. Partisipan yang telah terlibat dalam penelitian sehingga penulis dapat mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian ini.
7. Andika Putra Kamula, S.Pd., yang telah membantu dan bekerjasama dengan penulis dalam pembuatan *website tywors.net*.

8. Rekan-rekan Keluarga Mahasiswa Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia yang telah membantu dalam penyelesaian studi ini, dan juga telah meluangkan banyak waktunya untuk bertukar ide dan pikiran.

Jazakumullah Khair Katsiir Ahsanu Jaza. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat balasan yang terbaik dari Allah Swt. Amiin.

Bandung, Januari 2023

Penulis,



Angelita Jayalaksana Fitri

NIM 1808284

ABSTRAK

Angelita Jayalaksana Fitri. 1808284 (2023). Analisis *Celebrity Worship* Mahasiswa di Perguruan Tinggi di Bandung (Implementasi bagi Layanan Bimbingan dan Konseling Melalui *Website tywors.net*. Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia.

Dua dekade terakhir, budaya populer Korea Selatan berkembang pesat dan meluas secara global. Keberadaannya yang diterima publik dari berbagai kalangan menghasilkan suatu fenomena *Korean wave* atau *Hallyu*. Salah satu dari fenomena *Korean wave* atau *Hallyu* yang banyak digemari adalah pada produk musik pop Korea atau *Korean pop* (K-pop). Kepopuleran BTS (*Bangtan Sonyeondan*) tentunya tidak terlepas dari peran ARMY (*Adorable Representative MC for Youth*) sebagai *fandom* (*fan kingdom*) BTS itu sendiri. Kegemaran pada seseorang selebriti idola yang digemari dapat menjadi masalah pada saat individu yang awalnya memandang selebriti idola sebagai hiburan kemudian menjadi terobsesi atau dikenal dengan pemujaan terhadap selebriti atau *celebrity worship*. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa aktif di Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta yang berdomisili di Bandung penggemar BTS (ARMY) berusia 18-25 tahun. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan dinamika psikologis *celebrity worship* mahasiswa dalam *fandom* BTS pada usia dewasa awal. Teknik penelitian yang digunakan survei dengan menggunakan instrumen *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang telah teruji. Skala yang digunakan adalah skala likert. Hasil penelitian menunjukkan dinamika psikologis *celebrity worship* mahasiswa aktif di Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta yang berdomisili di Bandung penggemar BTS (ARMY) yang secara umum berada pada kategori tinggi atau *borderline-pathology*. Berdasarkan hasil penelitian ini, salah satu solusi tercipta sebagai inovasi terbaru dalam memberikan layanan konsultasi yaitu *website tywors.net*, *tywors.net* bertujuan memberikan ruang bagi K-popers yang membutuhkannya dalam rangka menjaga kesehatan mentalnya selama mengidolakan selebriti idola yang digemarinya.

Kata kunci: BTS, *Fandom*, *Celebrity Worship*, Mahasiswa, *tywors.net*.

ABSTRACT

Angelita Jayalaksana Fitri. 1808284 (2023). *Celebrity Worship Analysis in Higher Education in Bandung (Implementation for Guidance and Counseling Service by using tywors.net)*. Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia.

In the last two decades, South Korean popular culture has developed rapidly and expanded globally. Phenomenon Korean wave or Hallyu. One of Korean wave or Hallyu the much-loved Korean pop (K-pop). Popularity of BTS (Bangtan Sonyeondan) is of course inseparable from the role of ARMY (Adorable Representative MC for Youth) as the fandom (fan kingdom) of BTS itself. A penchant for a popular idol celebrity can become a problem when individuals who initially view idol celebrities as entertainment then become obsessed or known as celebrity worship. This research was conducted on active students at public and private universities who live in Bandung, BTS fans (ARMY) aged 18-25 years. The aim of this research is to describe the psychological dynamics of celebrity worship among college students in the fandom in early adulthood. The research technique used is a survey using the Celebrity Attitude Scale (CAS) instrument that has been tested. The scale used is the Likert scale. The results of the study show that the psychological dynamics of celebrity worship are active students at public and private universities who live in Bandung, fans of BTS (ARMY) who are generally in the high category or borderline-pathology. Based on the results of this study, one solution was created as the latest innovation in providing consulting services, namely the tywors.net, website tywors.net aims to provide space for Kpopers who need it in order to maintain their mental health while idolizing the idol celebrities they like.

Keywords: BTS, Fandom, Celebrity Worship, Students, tywors.net.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	7
BAB II KAJIAN TEORETIS <i>CELEBRITY WORSHIP</i>	9
2.1 Konsep <i>Celebrity Worship</i>	9
2.2 Konsep Dewasa Awal.....	16
2.3 <i>Fandom</i> BTS Pada Masa Dewasa Awal.....	21
2.4 <i>Celebrity Worship</i> dalam <i>Fandom</i> BTS pada Usia Dewasa Awal.....	28
2.5 Bimbingan dan Konseling di Perguruan Tinggi.....	29
2.6 Penelitian Terdahulu.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Desain Penelitian.....	37
3.2 Partisipan.....	38
3.3 Populasi dan Sampel.....	38
3.4 Pengembangan Instrumen Penelitian.....	40
3.5 Prosedur Pengumpulan Data Penelitian.....	48
3.6 Analisis Data.....	49
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Deskripsi Hasil Temuan dan Pembahasan Penelitian.....	52
4.2 Pengembangan <i>Website tywors.net</i>	79
4.3 Pembuatan Produk <i>Website tywors.net</i>	86
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	90
5.1 Simpulan.....	90
5.2 Implikasi.....	91
5.3 Rekomendasi.....	92
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR PUSTAKA

- Achor, S. (2010). *The happiness advantage: the seven principles of positive psychology that fuel success and performance at work*. New York: Broadway Books.
- Aini, W. Q., Rahayu, M. S., & Khasanah, A. N. (2019). Studi deskriptif psychological well-being pada celebrity worship dewasa awal di komunitas EXO-L Bandung. *Prosiding Psikologi*, 5(1).
- Aisyah, D. (2021). “Komunitas K-pop di Sidoarjo tahun 2013-2018”. *AVATARA, e-Journal Pendidikan Sejarah*, 10(2), hal. 1–10.
- Apriliani, R., & Setiawan, R. (2019). Konstruksi konsep diri mahasiswi penggemar budaya populer Korea. *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 5(i), 107–120.
- Arakaki, J., & Cassidy, W. P. (2014). *Defining celebrity and driving conversation*. 15(1), 1–17.
- Arnett, J. J. (2006). Emerging adulthood: Understanding the new way of coming of age. In J.J. Arnett & J.L. Tanner (Eds.), *Emerging adults in America*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Arnett, J. J. (2007). Socialization in emerging adulthood. In J.E. Grusec & P.D. Hastings (Eds.), *Handbook of socialization*. New York: Guilford.
- Aruguete, M. S & Lynn, E. M. (2021). Is celebrity worship increasing over time?. *Journal of studies in social sciences and humanities*, 7(1), 66-75.
- Aruguete, M., Griffith, J., Edman, J., Green, T., & McCutcheon, L. (2014). Body image and celebrity worship. *Implicit Religion*, 17(2), 223–234.
- Ashe, D. D., & McCutcheon, L. E. (2001). Shyness, loneliness, and attitude toward celebrities. *Current Research in Social Psychology*, 6(9).
- Ashe, D. D., John Maltby., Liza, D., Lynn, E. M., Raphael, G & James, H. (2004). Personality and coping: a context for examining celebrity worship and mental health. *British journal of psychology*, 95(4), 411-428.
- Ashe, D., John Maltby., Liza, D., Lynn, E. M & James, H. (2006). Extream celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: developing the measurement and understanding of celebrity worship withn a clinical personality context. *Personality and individual differences*, 40(2), 273-283.

- Asrie, N. D., & Dian, M. (2020). Celebrity worship dan impulsive buying pada penggemar K-pop Idol. *Journal of Psychological Perspective*, 2(2). <https://doi:10.47679/jopp.022.12200008>.
- Ayunita, T. P., & Andriani, F. (2018). Fanatisme remaja perempuan penggemar musik Kpop. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 02(01), 676–685.
- Azwar, A. (2016). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azzahra, M. S., & Ariana, A. D. (2021). Psychological wellbeing penggemar K-pop dewasa awal yang melakukan celebrity worship. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, 1(1), 137–148.
- Blady, S. (2021). BTS from “N.O” to “ON” and beyond: innovation in effective mental health messaging and modelling. *Asia Marketing Journal*, 22.
- Boon, S. D., & Lomore, C. D. (2001). Admirer-celebrity relationships among young adults. *Human Communication Research*, 27(3), 432–465.
- Boorstin, D. (1961). *The image: a guide to pseudo-events in America*. New York: Atheneum.
- Brooks, A. W. (2013). Get excited: reappraising pre-performance anxiety as excitement. *Journal of Experimental Psychology: General*. 143(3), 1144–1158.
- Brooks, S. K. (2018). Fanatics: systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9978-4>.
- Brooks, S. K. (2021). Fanatics: systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current psychology*, 40(2), 864–886.
- Cahyani, D., & Purnamasari, Y. (2019). *Celebrity worship on early adult K-pop fangirling*. 304(Acpch 2018), 167–170. <https://doi: 10.2991/acpch-18.2019.41>.
- Chang, W. J., & Park. (2012). “Hallyu, the Korean wave: cultivating a global fandom”, *문화예술경영학연구*, V, No. 2, pp. 89–106.
- Creswell, J. W. (1994). *Research design: qualitative and quantitative approaches*. London: SAGE Publications.

- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research fourth edition*. Boston, MA: Pearson Education, Inc.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches fourth edition*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Croy & Chang-Hua. (2016). Film tourism: celebrity worship involvement, celebrity worship and destination image. *Current issues in tourism*, 19(10), 1027-1044. doi: 10.1080/13683500.2013.816270.
- Dariyo, A. (2003). *Psikologi perkembangan dewasa muda*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Day, L & John Maltby. (2011). Celebrity worship and incidence of elective cosmetic surgery: evidence of a link among young adults. *Journal of adolescent health*, 49(5), 483-489.
- Dennis, C. L. (2003). Peer support within a health care context: a concept analysis. *International Journal of Nursing Studies*, 40, 321-332.
- Derrick, J. L., Gabriel, S., & Hugenberg, K. (2009). Social Surrogacy: how favored television programs provide the experience of belongs. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 352-362. <https://doi:10.1016/j.jesp.2008.12.003>.
- Diener, E., Suh, E., Lucas, R., & Smith, H. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276–302.
- Doty, J. R. (2017). *Into the magic shop: a neurosurgeon's quest to discover the mysteries of the brain and the secrets of the heart*. New York: Avery.
- Erickson, E. H. (1968). *Identity: youth and crisis*. Oxford: Norton.
- Fauziah, R. (2015). *Fandom K-pop idol dan media sosial (studi deskriptif kualitatif tentang pengguna media sosial twitter pada hottest Indonesia sebagai follower Fanpage @taeckhunID, @2PMindohottest dan idol account @Khunnie0624)*. Universitas Sebelas Maret, Surakarta. <http://perpustakaan.uns.ac.id/>.
- Frederika, E., Suprpto, M. H., Tanojo, K. L. (2015). Hubungan antara harga diri dan konformitas dengan celebrity worship pada remaja di Surabaya. *Jurnal Gema Aktualita*. 4(1), 61-69.
- Fromm, E. (1967). *Psychoanalysis and religion*. New York: Bantam Books.

- Ghazwani, S. A. (2019). Fanatisme fandom A.R.M.Y. (Adorable Representative M.C. For Youth) terhadap boyband Korea Selatan, Bangtan Sonyeondan (BTS) di Surabaya. *Ilmu Politik Dan Komunikasi Universitas Airlangga*, 4.
- Ghina & Suhana. (2018). *Hubungan attachment style dengan celebrity worship pada wanita dewasa awal anggota komunitas "X" correlation between attachment style and celebrity worship in early adulthood woman on member of "X" community*. 473-480.
- Gladding, S. T. (2012). *Konseling Profesi yang menyeluruh*. Jakarta: PT Indeks.
- Gray, J., Harrington, C.L. & Sandvoss, C. (2007). *Fandom: identities and communities in a mediated world*. New York: NYU Press.
- Greenberger, D., & Padesky, C. A. (2016). *Mind over mood*. Second Edition. New York: The Guildford Press.
- Greene, L. A., & Adam-Price. (1990). Adolescents secondary attachments to celebrity figures. *Sex Roles*. Vol (23).
- Greenwood, D. N. (2008). Television as escape from self: psychological predictors of media involvement. *Personality and Individual Difference*, 44, 414-424. <https://doi.10.1016/j.paid.2007.09.001>.
- Henry, P. (2006). Celebrity worship within affinity groups: adopting a multi-faceted perspective, 1.
- Herman, T. (2020). *BTS: blood, sweat & tears*. San Francisco: VizMedia.
- Hoffner, C. A., & Cohen, E. L. (2012). Responses to obsessive compulsive disorder on monk among series fans: parasocial relations, presumed media influence, and behavioral outcomes. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 56, 650-668. <https://doi:10.1080/08838151.2012.732136>.
- Houran, J., John Maltby., Lynn E. M & Diane, D. A. (2001). The self-reported psychological well-being of celebrity worshippers. *North American journal of psychology*, 3(3), 441.
- Houran, J., Lynn E. M & Rense, L. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British journal of psychology*, 93(1), 67-87.
- Houser, R. A. (2019). *Counseling and Educational Research* (4th ed.). California: SAGE Publications, Inc.
- Hurlock, E. B. (1996). *Psikologi perkembangan*. Jakarta: Erlangga.

- Hurlock, E.B. (2009). Psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan. Jakarta: Erlangga.
- Jung, C. (1966). Practice of psychotherapy: essays on the psychology of the transference and other subjects. *Collected works of C.G. Jung*, vol. 16. Princeton, N. J: Princeton University Press.
- Kasih, F. (2019). Bimbingan dan konseling di Perguruan Tinggi dalam menjawab tantangan era revolusi industry 4.0. *Konvensi Nasional Bimbingan dan Konseling XXI*. 27-29.
- Kemendikbud. (2014). Permendikbud RI No 111 tahun 2014. Jakarta: *Kemendikbud RI*, 1-45. [https://jdih.kemdikbud.go.id/arsip/permendikbud nomor 111 tahun 2014.pdf](https://jdih.kemdikbud.go.id/arsip/permendikbud%20nomor%20111%20tahun%202014.pdf).
- Kim, E. G. (2019). “Star mental management’ learn from the Big Hits raised by BTS”. *E-daily News*. [https://www.edaily.co.kr./news/read?newsId=01079126622493840&media CodeNo=258](https://www.edaily.co.kr./news/read?newsId=01079126622493840&mediaCodeNo=258).
- Kolle, E. (2011). ‘The magic shop: the therapist masquerades as the shopkeeper’. *Voices*, Spring 2011, 6-12.
- K-pop for Peace. (2020). *K-pop for peace*. [Website] <https://www.kpopforpeace.org/>.
- Laffan, D. A. (2020). Positive psychosocial outcomes and fanship in K-Pop fans: a social identity theory perspective. *Psychological Reports*, 1–21.
- Lamerich, N. (2018). *Productive fandom: intermediality and affective reception in fan cultures*. Amsterdam: Amsterdam University Press B.V. 13-18.
- Lebow, J. L. (2012). *Twenty first century psychotherapies: contemporary approaches to theory and practice*. Hoboken, N. J: John Wiley and Sons.
- Lee, J. (2019). *BTS, art revolution: BTS meets deleuze*. Seoul, South Korea: Parrhesia.
- Liebers, N., & Schramm, H. (2019). Parasocial interactions and relationships with media characters-an inventory of 60 years of research. *Communication of Research Trends*, 38(2), 4-31.
- 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.

- Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29.
- Maltby, J., Houran, J., Lange, R., Ashe, D., & McCutcheon, L. E. (2002). Thou shalt worship no other god sunless they are celebrities: the relationship between celebrity worship and religious orientation. *Personality and individual differences*, 32(7), 1157-1172.
- 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. <https://doi.org/Article>.
- Mandas, A. L., Suroso, S., & S, D. S. (2019). Hubungan antara konsep diri dengan celebrity worship pada remaja pecinta Korea di Manado ditinjau dari jenis kelamin. *Psikovidya*, 22(2), 164– 189.
- Maulita, F. A. (2020). *Representasi self-love dalam video klip bts era love yourself*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- McCutcheon, L. E & John Maltby. (2011). Brief report: celebrity worshippers and the five-factor model of personality. *North American journal of psychology*, 13(2), 343-348.
- McCutcheon, L. E., John Maltby., David, C. G & Louise, B. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: evidence of a link among female adolescents. *British journal of health psychology*, 10(1), 17-32.
- McCutcheon, L. E., John Maltby., James, H., Rense, L & Diena, A. (2002). Thou shalt worship no other gods-unless they are celebrities: the relationship between celebrity worship and religious orientation. *Personality and individual differences*, 32(7), 1157-1172.
- Mccutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). *Conceptualization and measurement of celebrity worship Illinois State Board of Education and Southern Illinois University School of Medicine*, 67–87.
- Miftahurrezki & M. Syukron, A. (2021). Analisis makna pesan motivasi dalam lirik lagu K-pop BTS “Answer: love myself”. *Jurnal of communication science*, Vol. 3, No. 1.
- Moleong, L. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif. Edisi revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Mukhlida, H. M. F. (2020). *Celebrity worship dan orientasi masa depan (studi kasus pada fans BTS di masa quarter life crisis)*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Myrick, Robert, D. (1993). *Development guidance and counseling*. Minneapolis: Educational Media Corporation.
- Pertiwi, S. A. (2013). Konformitas dan fanatisme pada remaja Korean wave: Penelitian pada komunitas Super Junior fans club ELF di Samarinda. *Jurnal Psikologi*, 1(2), 157-166.
- Phua, J. (2016). The effects of similarity, prosocial identification, and source credibility in obesity public services announcements on diet and exercise self-efficacy. *Journal of Health Psychology*, 21, 699-708. <https://doi:10.1080/02500169808537891>.
- Putri, (2019). Pentingnya orang dewasa awal menyelesaikan tugas perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 335-40. Retrieved from <https://jurnal.iicet.org/index.php/schoulid/article/view/430/pdf>.
- Raviv, A. E. (1995). Adolescent idolization of pop singer: cause, expression and reliance. *Youth and adolescence* 25.
- Raviv, A., Bar-Tal, D., Raviv, A., & Ben-Horin, A. (1996). Adolescent idolization of pop singers: causes, expressions, and reliance. *Journal of youth and adolescence*, 25(5), 631-650. <https://doi.org/10.1007/BF01537358>.
- Rojek, C. (2012). *Fame attack: the inflation of celebrity and its consequences*. Bloomsbury. <https://doi.org/10.1177/0094306115570271qq>.
- Rosida, A. (2019). *Hubungan self-esteem dan kesepian dengan celebrity worship pada wanita dewasa awal penggemar K-pop*. Universitas Airlangga.
- Santrock, J, W, (2011). *Life-span development (perkembangan masa hidup)*. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J. W. (2002). *Life-span Development Perkembangan Masa Hidup Edisi Kelima*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Santrock, J. W. (2013). *Life-span development* (14th Ed.). McGraw Hill.
- Sheridan, L., Adrian, N., John Maltby & Raphael, G. (2007). Celebrity worship, addiction and criminality. *Psychology, crime and law*, 13(6), 559-571. doi: 10.1080/10683160601160653.

- Sherly, Y. B. (2019). *Hubungan antara celebrity worship dengan perilaku imitasi pada remaja*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Shertzer, B., & Stone-Shelley, C. (1971). *Fundamental of guidance*. New York: Houghton Mifflin Company.
- Shofa, M. (2017). *Gambaran psikologis celebrity worship pada dewasa awal (studi kasus mahasiswa penggemar Korean pop)*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Sitasari, N., Rozali, Y., Arumsari, A., & Setyawan, D. (2019). Self-esteem and celebrity worship in social network bollywood mania club Indonesia members in Jakarta. *Proceedings of the 1st International Conference on Business, Law and Pedagogy, ICBLP 2019*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4108/eai.13-2-2019.2285982>.
- Steuer, G. S. (2011). Celebrity worship: critiquing a construct. *Journal of applied social psychology*, 1356-1370.
- Sumarto & Hetifa, S. (2003). *"Inovasi, partisipasi dan good governance"*. Bandung: Yayasan Obor Indonesia.
- Sumunarsih, S. B. (2020). *Produktivitas fandom dala kegiatan fundraising di Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Thomas, J. C., & Hersen, M. (2003). *Understanding research in clinical and counseling psychology*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- Young, S. M., & Pinsky, D. (2006). Narcissism and celebrity. *Journal of Research in Personality*.
- Zsila, A., Krisztina, M & Lynn, E. M. (2022). Relationship status and celebrity worship: exploring differences in maladaptive daydreaming, engagement, and body appreciation across single and partnered women. *North American journal of psychology*, 24(2), 235-256.