

Putri

by Asri Mutiara

Submission date: 10-Sep-2023 02:14AM (UTC-0700)

Submission ID: 2161860858

File name: 300-314_Putri.docx (134.84K)

Word count: 5152

Character count: 34458

HUBUNGAN CELEBRITY WORSHIP DAN PSYCHOLOGICAL WELL-BEING PADA PENGEMAR K-POP DI JABODETABEK

Putri Nabilla*

Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma

Abstrak

Perilaku *celebrity worship* dikaitkan dengan *psychological well-being* yang rendah. Namun di sisi lain, *celebrity worship* juga dapat memberi manfaat sebagai penyangga stressor harian dan meningkatkan produktivitas sosial individu penggemar apabila ia berkumpul dengan suatu kelompok penggemar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dan *psychological well-being* penggemar K-Pop di Jabodetabek. Metode pengambilan data yang digunakan adalah survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Jumlah partisipan dalam penelitian ini ialah 103 responden penggemar K-Pop yang berasal dari Jabodetabek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dan *psychological well-being* penggemar K-Pop di Jabodetabek. Analisis uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.259, yang menunjukkan bahwa hasil analisis tidak dapat membuktikan hipotesis yang diajukan. Dalam hal ini, *celebrity worship* tidak memiliki dampak signifikan terhadap *psychological well-being* responden dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini juga menunjukkan temuan yang berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya hubungan antara *celebrity worship* dan *psychological well-being*. Namun, hasil penelitian ini hanya berlaku pada sampel dalam penelitian ini saja. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih jelas dan generalisasi yang lebih luas, diperlukan penelitian lebih lanjut dengan ukuran sampel yang lebih besar dan representatif. Serta mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat memprediksi *psychological well-being* penggemar K-Pop di Jabodetabek.

Kata kunci: Psychological Well-Being, Celebrity Worship, Penggemar K-Pop

Abstract

It is known that *celebrity worship* behavior is associated with low *psychological well-being*. But on the other hand, *celebrity worship* can also provide benefits as a buffer for daily stressors and increase the social productivity of individual fans when they gather with a group of fans. This study aimed to investigate the relationship between *celebrity worship* and *psychological well-being* among K-Pop fans in Jabodetabek. A survey using a questionnaire was employed to collect data from 103 K-Pop fans. Results indicated no significant association between *celebrity worship* and *psychological well-being* in this group. Hypothesis test analysis shows a significance value of 0.259, which indicates that the hypothesis was not supported, suggesting that *celebrity worship* does not significantly impact the *psychological well-being* of the respondents. The results of this study also show different findings from previous studies that show a relationship between *celebrity worship* and *psychological well-being*. However, it should be noted that these results are specific to the sample studied, necessitating further research with a larger and more representative sample size. Additionally, other factors that could predict the *psychological well-being* of K-Pop fans in Jabodetabek should be considered for a more comprehensive understanding and broader generalization.

Keywords: Psychological Well-Being, Celebrity Worship, K-Pop Fans

*Corresponding Author:

Putri Nabilla
 Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma
 Email: putri.nabilla10@gmail.com

Article History

Submitted: 28 Juni 2023

Accepted: 15 Agustus 2023

Available online: 15 September 2023

HUBUNGAN ⁴CELEBRITY WORSHIP DAN PSYCHOLOGICAL WELL-BEING PADA PENGGEAR K-POP DI JABODETABEK

Putri Nabilla

PENDAHULUAN

Bagi para pencinta Korea, pasti akrab dengan istilah *Hallyu*. *Hallyu* atau dalam bahasa Inggris "*Korean Wave*" adalah sebuah gelombang besar yang datang dari negeri para idola, Korea Selatan. Di kebanyakan negara, *Hallyu* diperluas dengan populemnya K-Drama dan grup K-Pop (KBS World, 2020). Di Indonesia ¹⁵sendiri, penyebaran budaya Korea dimulai sejak tahun 2002 setelah Piala Dunia Korea Selatan dan Jepang. Dengan disiarkannya ¹⁵momen tersebut di stasiun televisi Indonesia, menjadikan ajang ¹⁵untuk memperkenalkan K-Drama di Indonesia. Trans TV menjadi stasiun televisi pertama Indonesia yang menayangkan K-Drama berjudul *Mother's Sea* pada 26 Maret 2002. Pada tahun 2011, tercatat sekitar 50 judul K-Drama yang tayang di stasiun TV swasta Indonesia dan terus meningkat setiap tahunnya. Sejak saat itu, *Hallyu* mulai menyebar di Indonesia melalui K-Drama serta menimbulkan kegemaran budaya Korea lainnya, salah satunya K-Pop. Sejak saat itu, penggemar K-Drama dan K-Pop mulai umum dijumpai (Putri dkk., 2019).

Pada awal tahun 2000-an, penggemar K-Pop di Indonesia masih terbilang sedikit. Baru sekitar tahun 2011, industri K-Pop mulai melihat potensi pasar di Indonesia dan gelombang *Hallyu* semakin terasa. Pada April 2012, konser grup K-Pop Super Junior menjadi momentum yang menandai ledakan demam K-Pop di Indonesia (Handoko & Dante, 2017). ⁴Penelitian yang dilakukan oleh Munica (2021) juga ⁴menunjukkan bahwa ³terdapat peningkatan drastis penggemar K-Pop ¹⁰selama masa pandemi. Hal ini dikarenakan

aktivitas ⁴yang lebih dominan dilakukan di rumah, sehingga para partisipan dalam penelitian tersebut memilih untuk melakukan aktivitas sebagai penggemar.

Penyebaran K-Pop juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dengan adanya ¹³media elektronik, internet, dan media sosial yang dapat menjangkau ¹³penggemar lebih luas. Untuk ¹³mendekatkan diri dengan penggemar, para selebriti atau idola memanfaatkan media sosial ¹³untuk sekedar menyapa lewat postingan media sosial sehingga ¹³penggemar dapat memantau dan berinteraksi dengan sang idola. Dengan adanya media tersebut, penggemar lebih mudah dalam melihat atau mendapatkan informasi tentang selebriti favorit mereka (Halimahyani, 2019).

Di masa pandemi, para idola menjadi lebih aktif memberikan informasi terkait kegiatan mereka di media sosial dan mengunggah konten di akun YouTube mereka untuk menjalin komunikasi dengan penggemar selama pandemi (Munica, 2021). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Twitter dari 1 Juli 2020 hingga 30 Juni 2021, bahwa terdapat sekitar 7,5 miliar kicauan tentang K-Pop dimana Indonesia tercatat sebagai penyumbang cuitan K-Pop terbanyak serta memuncaki daftar negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak di Twitter (Javier, 2021). Ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam memfasilitasi komunikasi antara penggemar dan selebriti.

Seiring dengan mudahnya penggemar ¹³mendapatkan informasi mengenai idolanya melalui media sosial, membuat ¹³penggemar menjadi lebih

HUBUNGAN CELEBRITY WORSHIP DAN PSYCHOLOGICAL WELL-BEING PADA PENGEMAR K-POP DI JABODETABEK

Putri Nabilla

dekat dan merasa mengetahui secara personal sang idola walaupun mereka tidak berkomunikasi secara langsung. Interaksi satu arah tersebut disebut dengan interaksi parasosial (Halimahyani, 2019). Namun, di luar bentuk interaksi parasosial ini ada fenomena yang tampaknya tidak normal di mana orang-orang menjadi atau hampir terobsesi dengan satu atau lebih selebriti. Perilaku tersebut dikenal sebagai *celebrity worship* (Maltby, 2003). Menurut Maltby (2003), *celebrity worship* mengarah ke perilaku yang lebih ekstrem (dan mungkin delusi) untuk mempertahankan kepuasan individu tersebut dengan hubungan parasosial.

Individu yang melakukan *celebrity worship* memiliki fungsi psikologis dan *psychological well-being* (kesejahteraan psikologis) yang rendah (Maltby dkk., 2001). Secara mental, *psychological well-being* memberikan penekanan pada harga diri yang positif, hubungan yang berkualitas dengan orang lain, kapasitas untuk mengelola lingkungan sekitar, memiliki tujuan dan keterlibatan yang berarti, serta pertumbuhan dan perkembangan individu yang berkelanjutan (Ryff & Singer, 2003). Menurut Maltby dkk. (2001), individu yang melakukan pemujaan pada selebriti atau penggemar biasanya melakukan aktivitas penggemarnya sendirian, sehingga jika terbiasa melakukan aktivitas sendirian memungkinkan adanya kerenggangan hubungan sosial individu penggemar tersebut dengan orang lain. Seperti pada salah satu subjek dalam penelitian Almaida dkk. (2021), pada dewasa awal di Semarang, dimana subjek mengatakan bahwa ia lebih menikmati waktu-waktu sendiri dimana ia dapat

beraktivitas sebagai *fangirl* di media sosial. Bahkan subjek akan tetap fokus pada telepon genggamnya ketika berkumpul dengan teman-temannya. Hal tersebut tidak sesuai dengan *psychological well-being* yang menekankan pada memiliki hubungan yang berkualitas dengan orang lain. Akan tetapi, Maltby dkk. (2001) juga berpendapat bahwa perilaku *celebrity worship* dapat secara potensial bermanfaat bagi individu, serta dapat meningkatkan produktivitas sosial dan menahan stressor sehari-hari individu penggemar apabila ia berkumpul dalam sebuah kelompok penggemar. Para penggemar K-Pop juga seringkali mengadakan acara pertemuan penggemar di sebuah kafe sebagai bentuk perayaan hari jadi grup idolanya, ulang tahun idolanya, merayakan pencapaian idolanya, dan perayaan lainnya. Dalam acara tersebut para penggemar bisa saling bertemu dan berbicara mengenai idola dan grup kesayangan mereka. Banyak diantara mereka yang baru pertama kali bertemu namun dapat akrab dan dekat dengan mudah karena mempunyai hobi dan kesukaan yang sama (Andina dkk., 2020).

Seringnya acara perayaan yang diadakan oleh penggemar didukung dari hasil survei yang peneliti lakukan pada tanggal 4 sampai dengan 10 November 2021 melalui Twitter, yang mencuitkan mengenai acara perayaan yang diselenggarakan oleh penggemar sepanjang Januari 2020 sampai dengan awal November 2021. Hasilnya ditemukan total 318 acara perayaan di daerah Jabodetabek. Sementara, diluar Jabodetabek peneliti menemukan 276 acara perayaan yang

⁴HUBUNGAN **CELEBRITY WORSHIP** DAN **PSYCHOLOGICAL WELL-BEING** PADA PENGGEMAR K-POP DI JABODETABEK

Putri Nabilla

diselenggarakan oleh penggemar. Kesimpulan dari survei yang ditemukan adalah banyak aktivitas penggemar yang dilakukan oleh penggemar Jabodetabek dibandingkan penggemar di kota besar diluar Jabodetabek. Hal ini dapat dilihat dari jumlah acara perayaan yang diselenggarakan oleh penggemar Jabodetabek lebih banyak dibandingkan dengan jumlah acara perayaan penggemar di kota lainnya seperti Bandung, Surabaya, dan Yogyakarta.

⁵Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maltby dkk. (2001) yang melibatkan 126 pria dan 181 wanita yang direkrut dari sejumlah tempat kerja dan kelompok masyarakat di wilayah South Yorkshire, Inggris. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa perilaku ⁹*celebrity worship* mencerminkan *psychological well-being* yang lebih buruk. Sehingga Maltby dkk. (2001) berpendapat bahwa ada hubungan antara *celebrity worship* dengan *psychological well-being* dari hasil individu untuk melarikan diri dan atau kegagalan menghadapi atau meningkatkan kehidupan sehari-hari individu tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurohmah dan Prakoso (2019) terhadap 78 anggota fansclub EXO di Bandung juga menunjukkan para subjek penelitian atau penggemar dalam fansclub tersebut memiliki *psychological well-being* yang rendah. Dengan melakukan *celebrity worship*, subjek merasa mereka dapat melupakan masalah yang sedang mereka alami dan merasa senang dengan melihat idola favoritnya. Perilaku pada subjek penelitian tersebut menunjukkan *psychological well-being* yang rendah.

303 | Jurnal Psikologi Malahayati-Vol.5, No.2 (2023)

³Berbeda dengan dua penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Azzahra dan Ariana (2021) melihat afek positif dari ¹*psychological well-being* individu penggemar K-Pop dewasa awal yang melakukan *celebrity worship*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *psychological well-being* ⁶pada penggemar K-Pop dewasa awal. Dimana partisipan dalam penelitian ini mayoritas berada pada tingkat *celebrity worship* dan *psychological well-being* tingkatan sedang. Selain itu, dalam penelitian ini ²tidak ditemukan partisipan yang berada di tingkat *psychological well-being* yang rendah.

Berkembangnya demam K-Pop di Indonesia sejak tahun 2012 dan meningkatnya penggemar K-Pop selama masa pandemi, membuat perilaku *celebrity worship* juga meningkat diantara masyarakat Indonesia. Meningkatnya perilaku ⁹*celebrity worship* juga berkaitan dengan ³*psychological well-being* penggemar tersebut. Hal ini juga dapat dilihat dari uraian diatas, dimana perilaku *celebrity worship* yang dilakukan ³penggemar memiliki sisi positif dan sisi negatif bagi *psychological well-being* individu penggemar.

Dilihat dari hasil penelitian sebelumnya juga dapat diketahui bahwa ²perilaku *celebrity worship* memiliki sisi negatif bagi *psychological well-being* pada penelitian yang dilakukan oleh Maltby dkk. (2001) serta Nurohmah dan Prakoso (2019). Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Azzahra dan Ariana (2021) dapat diketahui bahwa perilaku *celebrity worship* memiliki sisi positif bagi *psychological well-being*. Berdasarkan hal tersebut,

HUBUNGAN CELEBRITY WORSHIP DAN PSYCHOLOGICAL WELL-BEING PADA PENGEMAR K-POP DI JABODETABEK

Putri Nabilla

peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut ⁶ *psychological well-being* individu yang melakukan *celebrity worship*, dalam hal ini pada penggemar K-Pop.

Kemudian dari hasil survei online yang peneliti lakukan di Twitter mengenai acara perayaan yang diadakan oleh penggemar, peneliti menemukan bahwa jumlah acara perayaan yang diselenggarakan oleh penggemar Jabodetabek lebih banyak dibandingkan dengan jumlah acara perayaan penggemar di kota lainnya seperti Bandung, Surabaya, dan Yogyakarta. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lebih banyak aktivitas penggemar yang dilakukan oleh penggemar Jabodetabek dibandingkan penggemar di kota besar diluar Jabodetabek. Serta belum adanya penelitian mengenai *psychological well-being* terhadap penggemar K-Pop Jabodetabek, membuat peneliti tertarik untuk meneliti hubungan *celebrity worship* dan *psychological well-being* pada penggemar K-Pop di Jabodetabek.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengajukan hipotesis yaitu, terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *psychological well-being* pada penggemar K-Pop di Jabodetabek.

METODE

Sampel dalam penelitian ini adalah penggemar K-Pop yang berdomisili di Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non-probability sampling dengan jenis teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*. Adapun karaktersitik sampel dalam penelitian ini merupakan penggemar K-Pop,

berusia minimal 13 tahun, dan tinggal di Jabodetabek.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Bentuk kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner tertutup, sehingga responden dapat memilih jawaban yang sudah disediakan. Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari skala untuk mengukur *psychological well-being* dan skala untuk mengukur *celebrity worship*.

Peneliti menggunakan *Ryff's Psychological well-being Scale* (RPWBS) yang dikembangkan oleh Ryff pada tahun 1995 yang telah dimodifikasi Sesillia (2020) berdasarkan hasil adaptasi bahasa dan budaya RPWBS oleh Rachmayani dan Ramdhani (dalam Sesilia, 2020). Skala ini terdiri dari 48 aitem untuk mengukur masing-masing dimensi *psychological well-being*, yaitu, *self-acceptance* dengan contoh aitem "Saya iri terhadap kehidupan yang dimiliki kebanyakan orang", *positive relations with others* dengan contoh aitem "Saya merasa mendapatkan banyak hal diluar persahabatan", *autonomy* dengan contoh aitem "Saya cenderung dipengaruhi oleh orang-orang dengan pendapat yang kuat", *environmental mastery* dengan contoh aitem "Hari-hari saya cukup sibuk, tetapi saya merasa puas karena mampu mengelola semua hal", *purpose in life* dengan contoh aitem "Saya dapat merasakan adanya arah dan tujuan dalam hidup saya", dan *personal growth* dengan contoh aitem "Saya adalah tipe orang yang suka mencoba sesuatu yang baru". Ryff's *Psychological well-being Scale* (RPWBS) yang telah dimodifikasi Sesillia (2020) berdasarkan hasil

HUBUNGAN **CELEBRITY WORSHIP** DAN **PSYCHOLOGICAL WELL-BEING** PADA PENGEMAR K-POP DI JABODETABEK

Putri Nabilla

adaptasi bahasa dan budaya RPWBS oleh Rachmayani dan Ramdhani (dalam Sesilia, 2020), memiliki reliabilitas KR-20 sebesar 0.89, *person reliability* sebesar 0.89, dan *item reliability* sebesar 0.82.

Sedangkan untuk mengukur *celebrity worship*, peneliti menggunakan *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang dikembangkan oleh McCutcheon dkk. pada tahun 2002 dan telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Sari (2019). Skala ini terdiri dari 34 aitem untuk mengukur masing-masing aspek *celebrity worship* yaitu, *entertainment-social* dengan contoh aitem "Mengikuti berita tentang idola saya adalah kegiatan yang menyenangkan", *intense-personal* dengan contoh aitem "Idola saya hampir sempurna dalam segala hal", dan *borderline pathological* dengan contoh aitem "Saya terobsesi dengan seluruh kehidupan idola saya". Namun, peneliti hanya menggunakan 26 aitem dikarenakan sisa aitem lainnya dianggap sebagai aitem pengisi. Skala CAS yang telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Sari (2019) memiliki reliabilitas Alpha Cronbach sebesar 0.93, *person reliability* sebesar 0.92, dan *item reliability* sebesar 0.99.

Adapun pengujian validitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan validitas isi melalui *expert judgement*. Kemudian, teknis analisis data yang digunakan menggunakan statistik, dengan teknik analisis yang digunakan adalah metode koefisien korelasi *Product Moment Pearson* untuk menguji hubungan *celebrity worship* dan *psychological well-being* pada penggemar K-Pop di Jabodetabek. Analisis data dibantu dengan

program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) for Windows versi 23.

HASIL

Peneliti melakukan proses pengambilan data secara online dan memperoleh 103 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Dari 103 data yang didapatkan, data tersebut kemudian diolah dengan kriteria pemilihan aitem berdasarkan daya diskriminasi aitem. Adapun batasan koefisien yang digunakan adalah ≥ 0.30 . Serta, uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, dengan pengukuran yang reliabel apabila mempunyai koefisien reliabilitas ≥ 0.70 .

Berdasarkan uji daya diskriminasi aitem yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa dari 48 aitem pada skala *psychological well-being* terdapat 37 aitem baik dan 11 aitem yang gugur. Dari 37 aitem tersebut, koefisien korelasi aitem baik berkisar antara 0.303 sampai 0.678. Sedangkan, hasil uji daya diskriminasi aitem dari 26 aitem pada skala *celebrity worship* terdapat 25 aitem baik dan 1 aitem yang gugur. Dari 25 aitem tersebut, koefisien korelasi aitem baik berkisar antara 0.339 sampai 0.717. Kemudian, berdasarkan uji reliabilitas pada skala *psychological well-being*, diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.928. Sedangkan, pada skala *celebrity worship*, diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.901. Sehingga dapat dikatakan kedua alat ukur ini reliabel dalam mengukur *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada penelitian ini.

Pada penelitian ini, uji asumsi yang digunakan adalah uji normalitas dan uji linearitas.

HUBUNGAN CELEBRITY WORSHIP DAN PSYCHOLOGICAL WELL-BEING PADA PENGEMAR K-POP DI JABODETABEK

Putri Nabilla

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Kolmogrov-Smirnov pada program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) for Windows versi 23. Berdasarkan uji normalitas yang dilakukan pada data *psychological well-being* dan *celebrity worship*, keduanya memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.200. Hal ini menunjukkan bahwa baik data *psychological well-being* maupun *celebrity worship* terdistribusi normal. Kemudian, berdasarkan uji linearitas pada variabel *psychological well-being* dan *celebrity worship* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.176. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang linear antara *psychological well-being* dan *celebrity worship*.

Pada penelitian ini, hipotesis yang diajukan adalah terdapat hubungan antara *celebrity worship* dan *psychological well-being* pada penggemar K-Pop Jabodetabek. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik korelasi *Product Moment Pearson* dengan teknik korelasi *bivariate*. Berdasarkan hasil analisis tersebut, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.259. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara *celebrity worship* dan *psychological well-being* pada penggemar K-Pop Jabodetabek hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ditolak. Kemudian berdasarkan hasil analisis data tersebut, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar - 0.112. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1

Hasil Uji Hipotesis

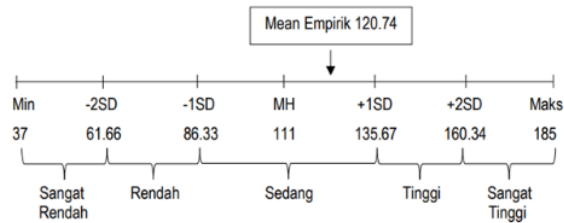
	Pearson Correlation	Sig	Keterangan
<i>Psychological well-being</i> dan <i>Celebrity worship</i>	-0.112	0.259	Tidak ada hubungan antara <i>celebrity worship</i> dan <i>psychological well-being</i> pada penggemar K-Pop Jabodetabek

Berdasarkan hasil deskripsi data penelitian, maka dapat diuraikan kategorisasi responden penelitian. Untuk mengkategorisasi responden penelitian, peneliti melihat perbandingan antara skor *mean* empirik (ME), *mean* hipotetik (MH), dan standar deviasi (SD). Melalui analisis data yang dilakukan, diperoleh *mean* empirik dari skala *psychological well-being* sebesar 120.74 dengan jumlah aitem yang memiliki daya diskriminasi aitem

yang baik sebanyak 37 aitem, standar deviasi yang diperoleh adalah sebesar 24.67, dan *mean* hipotetik sebesar 111. Berdasarkan hasil perhitungan *mean* empirik, *mean* hipotetik, dan standar deviasi, dapat diketahui bahwa hasil skala *psychological well-being* responden pada penelitian ini berada pada kategori sedang dengan *mean* empirik sebesar 120,74. Hasil kategorisasi pada skala *psychological well-being* dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1

Kategorisasi *Psychological well-being*

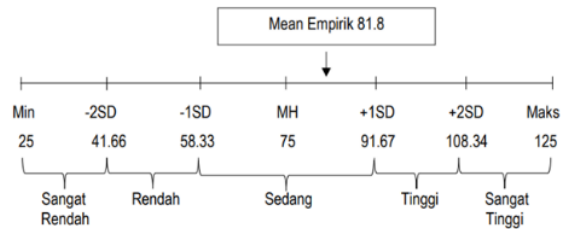


Kemudian, melalui analisis data yang dilakukan, diperoleh *mean* empirik dari skala *celebrity worship* sebesar 81.88 dengan jumlah aitem yang memiliki daya diskriminasi aitem yang baik sebanyak 25 aitem, diperoleh standar deviasi sebesar 16.67, dan *mean* hipotetik sebesar 75. Berdasarkan hasil perhitungan *mean* empirik, *mean*

hipotetik, dan standar deviasi, dapat diketahui bahwa hasil skala *celebrity worship* responden pada penelitian ini berada pada kategori sedang dengan *mean* empirik sebesar 81.67. Hasil kategorisasi pada skala *celebrity worship* dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar 2

Kategorisasi *Celebrity worship*



Kelompok responden penelitian ini dibagi berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, domisili tempat tinggal, lama menjadi penggemar K-Pop,

dan grup idola favorit saat ini. Gambaran data demografis dapat dilihat pada Tabel 2 – 7.

Tabel 2

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)	Psychological well-being		Celebrity worship	
			Mean	Kategori	Mean	Kategori
Laki-laki	11	10,7	125,45	Sedang	72,09	Sedang
Perempuan	92	89,3	120,17	Sedang	83,05	Sedang

HUBUNGAN **CELEBRITY WORSHIP** DAN **PSYCHOLOGICAL WELL-BEING** PADA PENGEMAR K-POP DI JABODETABEK

Putri Nabilla

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada 11 responden laki-laki berada pada kategori sedang dengan masing-masing *mean* sebesar 125,45 dan 72,09. Sementara, tingkat

psychological well-being dan *celebrity worship* pada 92 responden perempuan juga berada pada kategori sedang dengan masing-masing *mean* sebesar 120,17 dan 83,05.

Tabel 3

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)	<i>Psychological well-being</i>		<i>Celebrity worship</i>	
			Mean	Kategori	Mean	Kategori
13 – 20 tahun	49	47,6	117,12	Sedang	86,69	Sedang
21 – 40 tahun	54	52,4	124,02	Sedang	77,52	Sedang

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada responden dengan rentang usia 13 – 20 tahun berada pada kategori sedang dengan masing-masing *mean* sebesar 117,12 dan 86,69.

Sedangkan, tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada responden dengan rentang usia 21 – 40 tahun berada pada kategori sedang dengan masing-masing *mean* sebesar 124,02 dan 77,52.

Tabel 4

Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)	<i>Psychological well-being</i>		<i>Celebrity worship</i>	
			Mean	Kategori	Mean	Kategori
Pelajar	24	23,3	110,79	Sedang	89,75	Sedang
Mahasiswa	67	65,0	122,58	Sedang	80,04	Sedang
Pegawai	8	7,8	124,75	Sedang	78,50	Sedang
Profesi	4	3,9	141,50	Tinggi	75,25	Sedang

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada responden yang merupakan pelajar berada pada kategori sedang dengan masing-masing *mean* sebesar 110,79 dan 89,75. Selanjutnya, tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada responden yang merupakan mahasiswa berada pada kategori sedang dengan

masing-masing *mean* sebesar 122,58 dan 80,04. Kemudian, tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada responden yang bekerja sebagai pegawai berada pada kategori sedang dengan masing-masing *mean* sebesar 124,75 dan 78,50. Terakhir, tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada responden yang merupakan pekerja profesi juga berada pada

4 HUBUNGAN CELEBRITY WORSHIP DAN PSYCHOLOGICAL WELL-BEING PADA PENGEMAR K-POP DI JABODETABEK

Putri Nabilla

kategori sedang dengan masing-masing *mean* sebesar 141,50 dan 75,25.

Tabel 5

Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal

Domisili Tempat Tinggal	Jumlah	Persentase (%)	Psychological well-being		Celebrity worship	
			Mean	Kategori	Mean	Kategori
Jakarta	42	40,8	120,95	Sedang	83,57	Sedang
Bogor	12	11,7	117,08	Sedang	79,58	Sedang
Depok	18	17,5	123,56	Sedang	79,94	Sedang
Tangerang	16	15,5	118,50	Sedang	78,81	Sedang
Bekasi	15	14,6	122,07	Sedang	84,60	Sedang

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada responden yang tinggal di Jakarta berada pada kategori sedang dengan masing-masing *mean* sebesar 120,95 dan 83,57. Lalu, tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada responden yang tinggal di Bogor berada pada kategori sedang dengan masing-masing *mean* sebesar 117,08 dan 79,58. Kemudian, tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada responden yang tinggal di

Depok berada pada kategori sedang dengan masing-masing *mean* sebesar 123,56 dan 79,94. Selanjutnya, tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada responden yang tinggal di Tangerang berada pada kategori sedang dengan masing-masing *mean* sebesar 118,50 dan 78,81. Terakhir, tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada responden yang tinggal di Bekasi juga berada pada kategori sedang dengan masing-masing *mean* sebesar 122,07 dan 84,60.

Tabel 6

Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Penggemar K-Pop

Lama Menjadi Penggemar K- Pop	Jumlah	Persentase (%)	Psychological well-being		Celebrity worship	
			Mean	Kategori	Mean	Kategori
< 1 tahun	3	2,9	114,00	Sedang	75,67	Sedang
1 – 3 tahun	36	35,0	123,44	Sedang	80,78	Sedang
4 – 6 tahun	27	26,2	113,22	Sedang	86,22	Sedang
7 – 9 tahun	13	12,6	127,54	Sedang	83,46	Sedang
≥ 10 tahun	24	23,3	122,29	Sedang	78,58	Sedang

Berdasarkan Tabel 4.12, dapat diketahui bahwa tingkat *psychological well-being* dan

celebrity worship pada rentang waktu lama responden menjadi penggemar K-Pop selama < 1

HUBUNGAN **CELEBRITY WORSHIP** DAN **PSYCHOLOGICAL WELL-BEING** PADA PENGGEAR K-POP DI JABODETABEK

Putri Nabilla

tahun berada pada kategori sedang dengan masing-masing mean sebesar 114,00 dan 75,67. Lalu, tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada rentang waktu lama responden menjadi penggemar K-Pop selama 1 – 3 tahun berada pada kategori sedang dengan masing-masing mean sebesar 123,44 dan 80,78. Kemudian, tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada rentang waktu lama responden menjadi penggemar K-Pop selama 4 – 6 tahun berada pada kategori sedang dengan

masing-masing mean sebesar 113,22 dan 86,22. Selanjutnya, tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada rentang waktu lama responden menjadi penggemar K-Pop selama 7 – 9 tahun berada pada kategori sedang dengan masing-masing mean sebesar 127,54 dan 83,46. Terakhir, tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada rentang waktu lama responden menjadi penggemar K-Pop selama ≥ 10 tahun juga berada pada kategori sedang dengan masing-masing mean sebesar 122,29 dan 78,58.

Tabel 7

Deskripsi Responden Berdasarkan Grup Idola Favorit Saat Ini

Grup Idola Favorit Saat Ini	Jumlah	Persentase (%)	<i>Psychological well-being</i>		<i>Celebrity worship</i>	
			Mean	Kategori	Mean	Kategori
Boygroupp	85	82,5	119,78	Sedang	83,86	Sedang
Girlgroup	18	17,5	125,28	Sedang	72,56	Sedang

Berdasarkan Tabel 4.13, dapat diketahui bahwa tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada responden yang grup idola favoritnya saat ini merupakan boygroup berada pada kategori sedang dengan masing-masing mean sebesar 119,78 dan 83,86. Sementara, tingkat *psychological well-being* dan *celebrity worship* pada responden yang grup idola favoritnya saat ini merupakan girlgroup juga berada pada kategori sedang dengan masing-masing mean sebesar 125,28 dan 72,56.

DISKUSI

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa nilai signifikansi pada uji hipotesis sebesar 0.259, artinya hasil analisis tidak dapat membuktikan

hipotesis yang diajukan. Adapun hipotesis yang diajukan adalah adanya hubungan antara *celebrity worship* dan *psychological well-being* pada penggemar K-Pop di Jabodetabek. Dengan begitu, hasil menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

Secara teoritis, hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan adanya hubungan antara *celebrity worship* dengan *psychological well-being*. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat *celebrity worship* penggemar K-Pop di Jabodetabek, tidak berhubungan secara signifikan dengan *psychological well-being* mereka. Ini dapat menunjukkan bahwa dalam konteks ini, penggemar K-Pop di Jabodetabek

⁴ HUBUNGAN **CELEBRITY WORSHIP** DAN **PSYCHOLOGICAL WELL-BEING** PADA PENGEMAR K-POP DI JABODETABEK

Putri Nabilla

⁹ tidak mengalami dampak negatif dari perilaku *celebrity worship* terhadap *psychological well-being* mereka yang ditandai dengan tingkat *celebrity worship* dan *psychological well-being* responden penelitian ini berkategori sedang.

Namun, hasil penelitian ini hanya berlaku pada sampel dalam penelitian ini saja dan diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mendapatkan pemahaman yang lebih jelas mengenai hubungan antara *celebrity worship* dan *psychological well-being*. Hal ini juga menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang dapat dipertimbangkan untuk memahami hubungan ini. Serta, *celebrity worship* mungkin tidak memiliki dampak langsung yang signifikan terhadap *psychological well-being* penggemar K-Pop di Jabodetabek.

Adapun berdasarkan hasil penelitian ini, yang menyebabkan hipotesis di tolak dapat dilihat pada faktor usia dan status ekonomi-sosial. Pertama, usia responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu rentang usia 13 – 20 tahun dan 21 – 40 tahun. Menurut Papalia dan Feldman (2015), rentang usia 11 – 20 tahun merupakan periode usia remaja, sehingga responden yang berusia 13 – 20 tahun merupakan remaja. Kemudian, rentang usia 21 – 40 tahun merupakan periode usia dewasa muda. Sehingga responden dalam penelitian ini merupakan remaja dan dewasa muda.

⁹ Tingkat *celebrity worship* pada responden pada penelitian ini dengan rentang usia 13 – 20 tahun lebih tinggi dibandingkan responden dengan rentang usia 21 – 40 tahun dengan *mean* sebesar 86,69, sedangkan pada responden dengan rentang usia 21 – 40 tahun nilai *mean* sebesar 77,52. Berarti

tingkat *celebrity worship* pada responden usia remaja lebih tinggi dibandingkan dengan responden usia dewasa awal. Hal ini sesuai dengan Cahyani dan Purnamasari (2019) yang mengatakan bahwa pada usia remaja perilaku *celebrity worship* mencapai puncaknya. Adiesia dan Sofia (2021) juga menyatakan bahwa perilaku *celebrity worship* akan berkurang bahkan cenderung menghilang seiring dengan usia seorang penggemar yang terus bertambah.

¹⁶ Kemudian, tingkat *psychological well-being* pada responden dengan rentang usia 21 – 40 tahun atau dewasa muda lebih tinggi dibandingkan dengan responden pada rentang usia 13 – 20 tahun atau remaja yang memiliki nilai *mean* sebesar 117,12. Adapun tingkat *psychological well-being* pada responden dengan rentang usia 21 – 40 tahun atau dewasa muda memiliki nilai *mean* sebesar 124,02. Hal ini sesuai dengan Ryff (dalam Ryff & Singer, 1996) yang menyatakan bahwa dimensi *psychological well-being* seperti *environmental mastery* dan otonomi menunjukkan perkembangan seiring bertambahnya usia, terutama dari masa dewasa muda hingga paruh baya.

Selanjutnya, pada faktor status-ekonomi sosial, responden yang merupakan pekerja profesi (dokter, *junior architect*, polisi, dan *freelancer*) serta pegawai, memiliki tingkat *celebrity worship* yang lebih rendah dibandingkan dengan responden yang merupakan pelajar dan mahasiswa dengan nilai *mean* sebesar 75,25 dan 78,50. Sedangkan, pada responden yang merupakan pelajar memiliki nilai *mean* sebesar 89,75 dan responden yang merupakan mahasiswa memiliki nilai *mean* sebesar

HUBUNGAN **CELEBRITY WORSHIP** DAN **PSYCHOLOGICAL WELL-BEING** PADA PENGEMAR K-POP DI JABODETABEK

Putri Nabilla

80,04. Hal ini sesuai dengan Hastika (2019) yang menyatakan bahwa rata-rata penggemar berasal dari kalangan pelajar dan mahasiswa yang merupakan pengguna terbanyak media sosial.

Pada tingkat *psychological well-being*, responden yang merupakan pekerja profesi serta pegawai memiliki tingkat *psychological well-being* yang lebih tinggi dibandingkan dengan responden yang merupakan pelajar dan mahasiswa dengan *mean* sebesar 141,50 dan 124,75. Sedangkan, responden yang merupakan pelajar memiliki nilai *mean* sebesar 110,79 dan pada responden yang merupakan mahasiswa memiliki nilai *mean* sebesar 122,58. Hal ini sesuai dengan Ryff (dalam Ryff & Singer, 1996) yang menyatakan bahwa kesejahteraan yang lebih tinggi ditunjukkan bagi individu dengan status pekerjaan yang lebih tinggi, serta tingkat pendidikan yang tinggi, dengan diikuti *personal growth* dan tujuan hidup yang sangat jelas.

Sehingga dari hasil penelitian ini, memberikan wawasan dan pemahaman tentang hubungan antara *celebrity worship* dan *psychological well-being* penggemar K-Pop di Jabodetabek yang memiliki temuan yang berbeda pada lokasi atau populasi lain. Hasil ini juga mendorong untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dalam meneliti faktor-faktor lain yang dapat memprediksi *psychological well-being* penggemar K-Pop.

Adapun limitasi dalam penelitian ini meliputi, ukuran sampel penelitian yang kecil dan terbatas dapat membatasi generalisasi hasil penelitian ini ke populasi yang lebih luas. Sehingga diperlukan sampel yang lebih representatif dan luas, karena penelitian ini dilakukan di Jabodetabek. Penelitian ini

menggunakan teknik *purposive sampling* yang mungkin menyebabkan adanya potensi bias dalam pemilihan sampel. Kemudian, peneliti juga tidak mempertimbangkan faktor kontekstual seperti pengaruh budaya atau latar belakang sosial-ekonomi yang mungkin memiliki peran penting dalam dinamika hubungan antara *celebrity worship* dan *psychological well-being* penggemar K-Pop di Jabodetabek.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dan *psychological well-being* pada penggemar K-Pop di Jabodetabek. Hal ini menunjukkan bahwa ada faktor lain selain *celebrity worship* yang memiliki hubungan dengan *psychological well-being* pada penggemar K-Pop di Jabodetabek. Sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat memprediksi *psychological well-being* penggemar K-Pop. Serta memperhatikan pemilihan sampel supaya lebih representatif dan luas.

Kemudian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kecenderungan perilaku *celebrity worship* akan berkurang seiring dengan bertambahnya usia. Individu yang berada pada dewasa muda umumnya sudah mempunyai pekerjaan, sehingga waktu yang dihabiskan akan lebih banyak pada pekerjaan. Hal ini juga sesuai dengan faktor status ekonomi-sosial yang menunjukkan bahwa responden yang sudah bekerja, yaitu profesi dan pegawai, memiliki tingkat *celebrity worship* responden yang lebih rendah dibandingkan responden yang merupakan pelajar

dan mahasiswa. Hal ini juga diikuti dengan *psychological well-being* yang lebih tinggi pada responden dengan usia dewasa muda dan yang sudah bekerja.

Dengan hasil tersebut, dapat menunjukkan adanya perilaku *celebrity worship* penggemar K-Pop di Jabodetabek terhadap grup idola favoritnya, namun perilaku ini tidak secara langsung berdampak negatif pada *psychological well-being* mereka. Akan tetapi, diharapkan bagi penggemar K-Pop selama melakukan aktivitas penggemarnya dapat berperilaku sewajarnya dalam menggemari grup idolanya serta dapat melakukan aktivitas lainnya dan tetap bersosialisasi dengan orang-orang di sekitar. Selain itu, keluarga dan teman dari penggemar K-Pop juga dapat memberikan dukungan dan perhatian, sehingga mereka dapat merasakan keberadaan dan kepedulian dari orang-orang terdekatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiesia, K. P., & Sofia, L. (2021). Gambaran Celebrity Worship dan Psychological Well Being Pada Wanita Dewasa Awal Penggemar Korean Pop. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(4), 886–889. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i4.6826>
- Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl k-pop. *Cognicia*, 9(1), 17–24. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>
- Andina, A. N., Barokah, S., & Satriawan, T. N. (2020). Cup sleeve event sebagai bentuk hedonisme baru penggemar k-pop. *Pro Bisnis*, 13(1), 23–33.
- Azzahra, M. S., & Ariana, A. D. (2021). Psychological Wellbeing Penggemar K-Pop Dewasa Awal yang Melakukan Celebrity Worship. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(1), 137–148.
- Cahyani, D., & Pumamasari, Y. (2019). Celebrity Worship on Early Adult K-Pop Fangirling. *Proceedings of the 4th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCH 2018)*, 167–170. <https://doi.org/10.2991/acpch-18.2019.41>
- Halimahyani, P. (2019). *Gambaran interaksi parasosial pada remaja penggemar k-pop* [Universitas Sumatera Utara]. <https://repository.usu.ac.id/handle/123456789/23945>
- Handoko, K., & Dante, V. (2017, September 15). *Memahami demam K-pop di Indonesia*. <https://www.rappler.com/world/bahasa-indonesia/memahami-demam-k-pop-indonesia>
- Hastika, D. (2019). *Pengaruh intensitas mengakses instagram Korean pop terhadap perilaku fanatisme pada mahasiswa dirasat islamiyah UIN Jakarta* [UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/47066>
- Javier, F. (2021, Agustus 5). *Ada 7,5 Miliar Twit K-Pop pada Juli 2020-Juni 2021, Terbanyak dari Indonesia*. <https://data.tempo.co/data/1174/ada-75-miliar-twit-k-pop-pada-juli-2020-juni-2021-terbanyak-dari-indonesia>
- KBS World. (2020, Januari 15). *Penggemar "Hallyu" Akan Capai 100 Juta Orang di Seluruh Dunia*. http://world.kbs.co.kr/service/news_view.htm?lang=i&Seq_Code=57452
- Maltby, J. (2003). A Clinical Interpretation of Attitudes and Behaviors Associated with Celebrity Worship. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29.
- Maltby, J., McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., & Houran, J. (2001). The Self-Reported

**HUBUNGAN CELEBRITY WORSHIP DAN PSYCHOLOGICAL WELL-BEING PADA PENGEMAR K-POP DI
JABODETABEK**

Putri Nabilla

- Psychological Well-Being of Celebrity Worshipers. *North American Journal of Psychology*, 3(3), 441.
- Munica, R. (2021). Gambaran Celebrity Worship Terhadap Idola-Kpop pada Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 4(1), 247–256. <https://doi.org/10.38035/rnj.v4i1.439>
- Nurohmah, Y. F., & Prakoso, H. (2019). Hubungan psychological well being dan celebrity worship pada anggota fansclub EXO di Bandung. *Prosiding Psikologi*, 5(1), 181–186. <http://dx.doi.org/10.29313/v0i0.14280>
- Papalia, D. E., & Feldman, R. D. (2015). *Menyelami perkembangan manusia edisi 12-buku 1*. Penerbit Salemba.
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68–80. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Ryff, C. D., & Singer, B. (1996). Psychological well-being: Meaning, measurement, and implications for psychotherapy research. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 65, 14–23. <https://doi.org/10.1159/000289026>
- Ryff, C. D., & Singer, B. (2003). Flourishing under fire: Resilience as a prototype of challenged thriving. Dalam C. L. M. Keyes & J. Haidt (Ed.), *Flourishing: Positive psychology and the life well-lived*. (hlm. 15–36). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10594-001>
- Sari, N. M. A. W. (2019). *Validitas dan reliabilitas adaptasi bahasa Indonesia instrumen celebrity attitude scale dengan pendekatan model rasch*. Universitas Padjajaran.
- Sesilia, L. (2020). *Kesejahteraan psikologis (psychological well-being) pada masyarakat miskin* [UIN Sultan Syarif Kasim Riau]. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/29398>

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Hang Tuah Surabaya Student Paper	2%
2	repository.maranatha.edu Internet Source	2%
3	repository.ubharajaya.ac.id Internet Source	2%
4	www.yarsi.ac.id Internet Source	1%
5	e-journals.unmul.ac.id Internet Source	1%
6	e-journal.unair.ac.id Internet Source	1%
7	ejournal.gunadarma.ac.id Internet Source	1%
8	repository.unj.ac.id Internet Source	1%
9	repository.unibos.ac.id Internet Source	1%

10	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1 %
11	repository.ub.ac.id Internet Source	1 %
12	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1 %
13	repositori.usu.ac.id Internet Source	1 %
14	ejournalmalahayati.ac.id Internet Source	1 %
15	kc.umn.ac.id Internet Source	1 %
16	fr.scribd.com Internet Source	1 %
17	journal.umg.ac.id Internet Source	1 %
18	media.neliti.com Internet Source	1 %
19	ejournal.umm.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes

Off

Exclude matches

< 1%

Exclude bibliography

On

