

Pengaruh *celebrity worship* penggemar k-pop terhadap hubungan romantis pengemarnya

Ayesha Gadiz Riandy^{1*}, Ratih Pandu Mustikasari²

Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Email korespondensi: 21043010132@student.upnjatim.ac.id

Diterima: 24 Juni 2025; Direvisi: 27 Oktober 2025; Terbit: 30 Oktober 2025

Abstract

This research deeply investigates the influence of celebrity worship on the dynamics of romantic relationships among K-Pop fans active on the Instagram platform. The phenomenon of celebrity worship, defined as excessive emotional involvement with celebrities, is analyzed through three key dimensions: entertainment social-value, reflecting attraction to celebrities as a source of entertainment and social interaction; intense-personal feelings, measuring the depth of emotional bonds and personal identification; and borderline pathological tendencies, identifying obsessive or irrational behaviors. Utilizing a quantitative approach and survey method, this study involved 97 respondents selected through purposive sampling, ensuring representation of K-Pop fans currently in romantic relationships. Data were collected via questionnaires integrating the Celebrity Attitude Scale (CAS) to measure celebrity worship and a romantic relationship scale developed based on attachment style theory, specifically the anxious attachment and avoidant attachment dimensions. The results of simple linear regression analysis consistently demonstrate that celebrity worship has a positive and significant effect on romantic relationships ($p < 0.05$), with a regression coefficient value of 0.193. This finding implicitly indicates that the higher an individual's emotional involvement with a celebrity, the greater the potential impact on the quality and dynamics of their romantic relationship, particularly in terms of emotional closeness and affective expression. Furthermore, the analysis also reveals a clear correlation between the level of celebrity worship and tendencies toward anxious attachment and avoidant attachment styles. This suggests that individuals with a high need for emotional validation or a tendency to maintain distance in real relationships may be more susceptible to celebrity worship as a form of emotional compensation. This research confirms that celebrity worship is not merely a passive form of entertainment but a complex psychological phenomenon that can substantially affect interpersonal interactions and satisfaction in romantic relationships, highlighting the importance of self-awareness and emotional management in the digital age.

Keywords: *Celebrity worship; romantic relationships; attachment style; K-Pop fans; social media.*

Abstrak

Penelitian ini menguji pengaruh *celebrity worship* terhadap dinamika hubungan romantis pada penggemar K-Pop yang aktif di platform Instagram. Fenomena *celebrity worship*, bagian dari keterlibatan emosional berlebihan terhadap selebriti, dianalisis melalui tiga dimensi kunci: *entertainment social-value*, yang mencerminkan ketertarikan pada selebriti sebagai sumber hiburan dan interaksi sosial; *intense-personal feelings*, yang mengukur kedalaman ikatan emosional dan identifikasi pribadi; serta *borderline pathological tendencies*, yang mengidentifikasi perilaku obsesif atau tidak rasional. Tujuan penelitian ini untuk mengukur seberapa besar pengaruh *celebrity worship* penggemar k-pop terhadap hubungan romantis pengemarnya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan metode survei, studi ini melibatkan 97 responden yang dipilih secara *purposive sampling*, memastikan representasi penggemar K-Pop yang sedang menjalin hubungan romantis. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengintegrasikan skala *Celebrity Attitude Scale* (CAS) untuk mengukur *celebrity worship* dan skala hubungan romantis yang dikembangkan berdasarkan teori *attachment style*, khususnya dimensi *anxious attachment* dan *avoidant attachment*. Hasil analisis regresi linear sederhana secara konsisten menunjukkan bahwa *celebrity worship* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan romantis ($p < 0.05$), dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.193. Temuan ini mengindikasikan semakin tinggi tingkat keterlibatan emosional seseorang terhadap selebriti, semakin besar pula potensi

dampaknya terhadap kualitas dan dinamika hubungan romantis mereka, terutama dalam aspek kelekatan emosional dan ekspresi afeksi. Lebih lanjut, analisis juga mengungkapkan adanya korelasi yang jelas antara tingkat *celebrity worship* dengan kecenderungan pada gaya keterikatan *anxious attachment* dan *avoidant attachment*. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan kebutuhan validasi emosional yang tinggi atau kecenderungan untuk menjaga jarak dalam hubungan nyata mungkin lebih rentan terhadap *celebrity worship* sebagai bentuk kompensasi emosional. Penelitian ini menegaskan bahwa *celebrity worship* bukan sekadar bentuk hiburan pasif, melainkan sebuah fenomena psikologis kompleks yang dapat memengaruhi secara substansial interaksi interpersonal dan kepuasan dalam hubungan romantis, menyoroti pentingnya kesadaran diri dan pengelolaan emosi dalam era digital.

Kata-kata kunci: *celebrity worship*; hubungan romantis; *attachment style*; penggemar *K-Pop*; media sosial.

Pendahuluan

Kemajuan teknologi dan keterjangkauan internet telah memfasilitasi arus informasi dan budaya dari berbagai belahan dunia. Salah satu budaya yang mengalami ekspansi global secara pesat adalah Korean Wave atau Hallyu, yaitu fenomena tersebarnya budaya Korea melalui media populer seperti musik, drama, fashion, dan kuliner (Nasution, 2017). Istilah *Hallyu* pertama kali muncul pada tahun 1997 setelah penayangan drama Korea *What is Love* di Tiongkok, yang menandai dimulainya eksistensi global budaya Korea (Khairunnisa, 2022). Sejak saat itu, penyebaran budaya Korea semakin meluas, terutama melalui kategori musik populer atau Korean Pop (*K-Pop*), yang telah menjadi bagian dari budaya populer global dan sangat digemari di Indonesia.

Berdasarkan laporan dari *Ministry of Culture, Sports and Tourism Korea Selatan* (MCST), Indonesia menempati peringkat pertama dalam hal antusiasme terhadap budaya Korea dengan persentase 86,3% (MCST, 2024). *K-Pop*, sebagai elemen utama dari Korean Wave, menarik perhatian generasi muda Indonesia melalui konsep visual yang menarik, koreografi dinamis, serta kemasan artis yang glamor dan ideal. Popularitas *K-Pop* di Indonesia juga didorong oleh kehadiran media sosial, terutama Instagram, yang memungkinkan penggemar untuk membangun hubungan emosional secara tidak langsung dengan idolanya (Abdurrahman & Aritejo, 2021).

Media sosial menciptakan ruang interaksi yang bersifat parasosial, yaitu hubungan satu arah di mana penggemar merasa memiliki kedekatan dengan selebriti meskipun tanpa kontak langsung (Stever & Lawson, 2013). Interaksi ini didorong oleh fitur-fitur seperti *Stories*, *Live*, dan *Highlights* di Instagram yang menciptakan ilusi keintiman dan kedekatan emosional. Fenomena ini merupakan bagian dari konsep *celebrity worship*, yaitu keterlibatan emosional yang berlebihan terhadap selebriti yang dapat memengaruhi aspek psikologis dan sosial penggemarnya (Maltby, Giles, Barber, & McCutcheon, 2005).

Celebrity worship terdiri dari tiga dimensi, yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological* (Maltby, Giles, Barber, & McCutcheon, 2005). Dimensi *entertainment-social* menunjukkan ketertarikan terhadap selebriti sebagai bentuk hiburan dan interaksi sosial. Dimensi *intense-personal* melibatkan keterikatan emosional yang mendalam dan rasa keintiman yang kuat terhadap selebriti, sedangkan *borderline-pathological* menggambarkan keterikatan obsesif yang tidak rasional dan bahkan dapat melanggar norma sosial. Ketiga dimensi ini menunjukkan bahwa hubungan emosional dengan selebriti tidak bersifat seragam, melainkan memiliki tingkatan yang dapat berdampak berbeda terhadap kehidupan penggemar (Theran, Newberg, & Gleason, 2010).

Dalam konteks hubungan romantis, keterlibatan berlebihan terhadap selebriti dapat mengganggu komunikasi interpersonal. Penggemar yang mengalami *celebrity worship* intens cenderung melakukan perbandingan sosial dengan pasangan berdasarkan standar ideal yang ditampilkan oleh selebriti di media sosial (Perloff, 2014). Akibatnya, mereka mungkin merasa tidak puas terhadap hubungan yang sedang dijalani, atau bahkan lebih memilih menghabiskan waktu untuk mengikuti aktivitas idol dibandingkan berinteraksi dengan pasangan (Sagita & Kadewandana, 2017). Hal ini menimbulkan tantangan dalam mempertahankan kualitas relasi romantis, terutama dalam hal kelekatan emosional, komitmen, dan kepercayaan (Hepper & Carnelley, 2012). Ketika keterlibatan emosional terhadap selebriti menjadi berlebihan, hal ini dapat mengganggu dinamika hubungan dan mengarah pada penurunan kepuasan hubungan romantis (Lynn McCutcheon, 2002). Oleh karena itu, penting bagi individu dalam hubungan romantis untuk membangun pola interaksi yang didasarkan pada keterbukaan, empati, dan penghargaan terhadap kebutuhan pasangan (Laurenceau, Schaffer, & Pietromonaco, 1998).

Selain *celebrity worship*, gaya keterikatan (*attachment style*) juga menjadi faktor penting dalam hubungan romantis. Teori yang dikembangkan oleh Bowlby pada tahun 1982 menyatakan bahwa pola keterikatan seseorang terbentuk sejak masa kanak-kanak dan memengaruhi cara mereka membangun hubungan di masa dewasa. *Attachment style* terbagi menjadi beberapa tipe, yaitu *secure*, *avoidant*, *anxious*, dan *disorganized* (George, 2010). Individu dengan *secure attachment* cenderung merasa aman dan mampu menjalin hubungan yang sehat, sedangkan individu dengan *anxious* dan *avoidant attachment* sering mengalami kesulitan dalam menjaga stabilitas emosional dalam hubungan dekat (Cassidy & Shaver, 2008). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa individu dengan gaya keterikatan tidak aman cenderung memiliki skor *celebrity worship* yang lebih tinggi (Theran, Newberg, & Gleason, 2010).

Dalam konteks penggemar *K-Pop*, keterlibatan dalam *fandom* turut memperkuat ikatan emosional terhadap idola. Komunitas penggemar tidak hanya membeli album dan *merchandise*, tetapi juga aktif dalam promosi, voting, dan aktivitas digital lainnya (Jung & Shim, 2013). Kegiatan penggemar ini menciptakan budaya penggemar yang khas dan memperdalam hubungan emosional dengan idola, bahkan terkadang menggantikan hubungan interpersonal yang nyata. Sebagian penggemar dapat dikategorikan ke dalam *obsessive fans*, yang menunjukkan perilaku intens dan terlibat dalam *celebrity worship* tingkat tinggi (Giles, 2009).

Melihat realita ini, penting untuk meneliti lebih lanjut bagaimana *celebrity worship* memengaruhi dinamika hubungan romantis, terutama pada pasangan yang sedang menjalani masa pacaran. Hubungan pacaran, terutama pada tahap *romantic love*, ditandai oleh adanya keintiman dan gairah namun belum disertai komitmen jangka panjang (Sternberg, 1986). Hubungan jenis ini lebih rentan terhadap pengaruh eksternal seperti ketertarikan terhadap selebriti atau keterlibatan dalam *fandom*. Penelitian McCutcheon et al. juga menyatakan bahwa individu yang belum menikah, terutama remaja akhir dan dewasa muda, cenderung memiliki tingkat *celebrity worship* yang tinggi (Lynn McCutcheon, 2002).

Penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara *celebrity worship* dan berbagai aspek psikologis. Misalnya, Benu, Takalapeta, dan Nabit (2019) menemukan dampak positif dan negatif *celebrity worship* pada remaja perempuan. Salsabila, Eva, dan Nugrahani (2024) menyoroti kaitan antara *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis mahasiswa. Dalam konteks hubungan romantis, Mutiasari dan Sahrani (2024) meneliti kualitas berpacaran dan kecemasan menikah pada Generasi Z, sementara Rizka dan Danahfatin (2023) mengkaji pengaruh *attachment style* terhadap ketergantungan emosional remaja berpacaran. Yang paling relevan, Dewi dan Suminar (2022) meneliti *adult attachment style* dan *celebrity worship* pada wanita dewasa awal penggemar drama Korea, menemukan hubungan positif antara *attachment anxiety-ambivalence* dengan *celebrity worship*. Namun, penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana tingkat *celebrity worship* terhadap idola K-Pop di Instagram memengaruhi kualitas komunikasi interpersonal dalam hubungan romantis, dengan mempertimbangkan gaya keterikatan (*attachment style*) sebagai variabel mediasi atau moderasi, masih terbatas.

Kesenjangan pada beragam penelitian yang telah dilakukan menjadi urgensi penelitian ini. Mengingat dominasi K-Pop di Indonesia dan peran sentral Instagram sebagai platform interaksi penggemar, penting untuk memahami secara empiris bagaimana keterikatan

emosional terhadap idola dapat memengaruhi dinamika hubungan romantis yang nyata. Apakah *celebrity worship* berfungsi sebagai kompensasi atas ketidakpuasan dalam hubungan nyata, atau justru memperburuk masalah yang sudah ada? Bagaimana gaya keterikatan individu memengaruhi intensitas *celebrity worship* dan dampaknya pada hubungan? Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang interaksi antara dunia digital dan kehidupan interpersonal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tingkat fanatisme atau *celebrity worship* terhadap kualitas hubungan romantis penggemar K-Pop dengan pasangannya, khususnya di kalangan pengguna Instagram. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur ilmiah di bidang ilmu komunikasi dan psikologi sosial, khususnya mengenai fenomena *celebrity worship* dalam konteks budaya populer K-Pop dan dampaknya terhadap hubungan romantis. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesadaran dan pemahaman yang lebih baik bagi penggemar K-Pop dan pasangan mengenai potensi dampak *celebrity worship* terhadap hubungan romantis mereka, mendorong refleksi diri dan pengelolaan emosi yang lebih sehat, serta menyediakan wawasan tambahan bagi praktisi dan konselor hubungan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai hubungan antara variabel. Desain penelitian yang digunakan adalah kausal asosiatif, yang berfokus pada pengukuran sejauh mana *celebrity worship* memengaruhi kualitas hubungan romantis pada penggemar K-Pop di Instagram. Data dikumpulkan melalui metode survei, dan analisis dilakukan menggunakan teknik statistik untuk mengidentifikasi pola dan signifikansi hubungan antarvariabel.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *celebrity worship*, yang didefinisikan sebagai kondisi di mana seseorang memiliki ketertarikan berlebihan atau terpaku pada satu atau beberapa selebriti (McCutcheon, 2002). Pengukuran *celebrity worship* didasarkan pada *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang mencakup tiga dimensi utama: *Entertainment Social-Value*, yang mengukur minat terhadap selebriti sebagai sumber hiburan dan sarana interaksi sosial; *Intense-Personal Feelings*, yang merefleksikan kedekatan emosional dan identifikasi pribadi yang kuat; dan *Borderline Pathological Tendencies*, yang menggambarkan perilaku ekstrem atau tidak rasional. Variabel dependen adalah hubungan romantis, yang dalam konteks ini dioperasionalisasikan melalui teori *attachment style* oleh Hazan dan Shaver (1987). Hubungan romantis dipahami sebagai bentuk keterikatan emosional yang dipengaruhi

oleh pola keterikatan individu sejak masa kanak-kanak. Dua dimensi utama yang diukur adalah *Anxious Attachment*, yang mencerminkan perasaan cemas terhadap hubungan, takut ditinggalkan, dan kebutuhan akan kepastian cinta; serta *Avoidant Attachment*, yang menggambarkan kecenderungan menjauh secara emosional, merasa tidak nyaman dengan kedekatan, dan enggan membuka diri.

Populasi penelitian ini adalah penggemar K-Pop di Indonesia yang aktif menggunakan Instagram dan sedang menjalin hubungan romantis dalam bentuk pacaran. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti dan sangat besar (diperkirakan lebih dari satu juta akun berdasarkan pengikut *fanbase* K-Pop populer di Instagram), teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria inklusi responden meliputi: berusia minimal 18 tahun, mengikuti atau mengidolakan artis/selebriti K-Pop di Instagram, dan pernah atau sedang menjalin hubungan romantis berpacaran. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow untuk populasi besar, dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error 10%, menghasilkan jumlah minimal 96.04 responden. Oleh karena itu, penelitian ini melibatkan 97 responden.

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner daring yang disebarakan melalui platform Google Form. Kuesioner ini berisi pernyataan-pernyataan yang mengukur dimensi *celebrity worship* dan hubungan romantis, menggunakan skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju). Sebelum analisis utama, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan menggunakan Korelasi Pearson, di mana item dinyatakan valid jika nilai korelasinya melebihi r-tabel. Uji reliabilitas dilakukan dengan Koefisien Alpha Cronbach, dan instrumen dianggap reliabel jika nilai Alpha Cronbach melebihi 0.7. Setelah pengujian instrumen, data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS.

Analisis data diawali dengan uji asumsi klasik untuk memastikan kelayakan model regresi linear sederhana. Uji normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan residual berdistribusi normal. Uji linearitas dilakukan dengan analisis ANOVA untuk mengonfirmasi hubungan linear antara variabel independen dan dependen. Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser untuk memastikan varians residual bersifat konstan. Setelah asumsi klasik terpenuhi, uji hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Uji t (parsial) digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh signifikan variabel independen (*celebrity worship*) terhadap variabel dependen (hubungan romantis). Hipotesis akan diterima jika nilai signifikansi kurang dari 0.05.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 97 responden penggemar K-Pop di Instagram yang sedang menjalin hubungan romantis. Profil demografi responden menunjukkan dominasi individu muda, dengan 85% berusia 18-24 tahun, yang sejalan dengan karakteristik demografi penggemar K-Pop global yang mayoritas adalah remaja akhir hingga dewasa muda (Kang et al., 2021). Kelompok usia ini masuk ke dalam fase *emerging adulthood* dan ditandai dengan pencarian identitas diri dan eksplorasi relasi romantis (Arnett, 2000). Dominasi responden perempuan (94%) juga konsisten dengan studi sebelumnya yang mengidentifikasi perempuan sebagai kelompok demografis utama dalam fandom K-Pop dan cenderung menunjukkan tingkat *celebrity worship* yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki (Zsila et al., 2021). Hal ini berkaitan dengan kecenderungan perempuan dalam mengekspresikan emosi dan membentuk keterikatan sosial melalui tokoh publik yang mereka kagumi (Maltby et al., 2004). Dari segi pendapatan, 42% responden berada dalam kategori menengah ke bawah (Rp1.000.000 - Rp2.999.999), data ini mengindikasikan bahwa fenomena *celebrity worship* tidak terbatas pada kelompok ekonomi tertentu, melainkan meluas ke berbagai lapisan masyarakat. Meskipun dengan keterbatasan finansial, kelompok ini tetap aktif dalam kegiatan fandom, seperti membeli *merchandise* atau menghadiri acara, sebagai bentuk loyalitas dan keterikatan emosional (Aji, 2022). Durasi keterlibatan dalam fandom K-Pop juga signifikan, dengan 40% responden telah menjadi penggemar selama 3-5 tahun, menunjukkan tingkat keterikatan yang cenderung stabil dan intens, yang seringkali merupakan fase paling produktif dalam kehidupan fandom (Kang et al., 2021).

Sebelum analisis hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan data dapat diuji lebih lanjut. Hasil uji normalitas menghasilkan nilai (Kolmogorov-Smirnov Exact Sig. 0,291), linearitas (Linearity Sig. = 0,001; Deviation from Linearity Sig. = 0,450), dan heteroskedastisitas (Glejser Sig. = 0,883). Seluruh hasil uji asumsi klasik dinyatakan memenuhi asumsi normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas sehingga data dinyatakan dapat diuji lebih lanjut secara parametrik.

Analisis deskriptif terhadap variabel *celebrity worship* (X) menunjukkan rata-rata skor yang bervariasi pada setiap dimensinya, temuan ini memberikan gambaran komprehensif tentang tingkat keterlibatan penggemar. Pada dimensi *Entertainment Social-Value* memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4.47 (kategori Sangat Tinggi). Ini mengindikasikan bahwa responden sangat aktif menjadikan selebriti sebagai sumber hiburan dan topik interaksi sosial. Hal ini tercermin dari 48% responden yang sangat setuju dan 43% yang setuju bahwa mereka

sering membicarakan idola favorit dengan teman-teman, serta 62% yang sangat setuju dan 37% yang setuju bahwa mengikuti berita idola membuat mereka senang. Temuan ini konsisten dengan peran media sosial, khususnya Instagram, yang memfasilitasi penyebaran konten K-Pop secara masif dan cepat, menjadikan idola sebagai bagian integral dari percakapan sehari-hari dan interaksi sosial penggemar (Abdurrahman & Aritejo, 2021). Fungsi sosial ini memperkuat gagasan bahwa selebriti bagi para penggemar bukan sekadar tokoh publik, melainkan juga bagian dari identitas sosial mereka, bahkan menjadi "penghubung" dalam menjalin kedekatan sosial dengan orang lain. Namun, meskipun tampak wajar, keterlibatan dalam dimensi ini tidak sepenuhnya bebas dari potensi dampak negatif terhadap hubungan romantis. Data temuan penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 58,7% responden (10% sangat setuju dan 49% setuju) menyatakan kekhawatiran bahwa pasangan mereka akan meninggalkan mereka jika mereka terlalu sering membicarakan idola favorit. Hal ini sejalan dengan konsep interaksi parasosial Horton dan Wohl (2016) yang menyatakan bahwa keterlibatan semacam dengan idola dapat menyerap energi emosional yang seharusnya dialokasikan untuk hubungan nyata. Figur selebriti menjadi objek afeksi yang dirasa "tidak menghakimi" dan selalu hadir secara meskipun secara simbolik, berbeda dengan pasangan nyata yang memiliki dinamika relasi dua arah dan potensi konflik (Guerrero, Andersen, & Afifi, 2020). Oleh karena itu, meskipun tampak wajar jika diamati pada level permukaan, keterlibatan dalam dimensi ini tetap perlu disadari dan dikelola agar tidak mengganggu kedekatan dan kelekatan emosional dalam hubungan romantis.

Dimensi *Intense-Personal Feelings* menunjukkan rata-rata 3,79 (kategori Tinggi), menandakan adanya keterikatan emosional yang mendalam. Sebanyak 60% responden setuju dan 27% sangat setuju bahwa mereka merasa terhubung secara emosional dengan idola, serta mayoritas menyimpan foto (53% setuju, 39% sangat setuju) dan *merchandise* idola (38% setuju, 48% sangat setuju) secara khusus. Keterikatan emosional ini melampaui sekadar kekaguman biasa, menunjukkan bahwa idola telah menjadi objek afeksi yang signifikan dalam kehidupan penggemar. Keterlibatan emosional yang intens ini dapat dijelaskan melalui teori *attachment style*, khususnya gaya keterikatan *anxious-preoccupied*. Individu dengan gaya keterikatan ini biasanya memiliki kebutuhan tinggi akan kedekatan emosional dan rasa aman, namun juga disertai dengan rasa takut ditolak atau ditinggalkan (Brennan, Clark, & Shaver, 1998). Ketika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi secara memadai dalam hubungan romantis nyata, figur idola dapat menjadi "pengganti" atau objek kompensasi emosional yang dianggap aman dan tidak mengancam (Dewi & Suminar, 2022; Benu, Takalapeta, & Nabit,

2019). Idola dipersepsikan sebagai sosok yang "selalu hadir" dan tidak menolak, memberikan rasa kenyamanan emosional meskipun hubungan tersebut bersifat sepihak (Roihanah & Andreas, 2025). Hal semacam ini dapat menyebabkan penurunan level emosional terhadap pasangan dalam kehidupan nyata dan mengganggu keintiman hubungan, sebagaimana disebutkan oleh Intania dan Sahrani (2024) yang menemukan bahwa keterlibatan berlebihan dalam *celebrity worship* dapat menurunkan kualitas komunikasi interpersonal dalam hubungan romantis. Selain itu, Sagita dan Kadewardana (2017) menemukan bahwa penggemar yang terlalu larut dalam dunia fandom sering kali membandingkan pasangan mereka dengan sosok idola, sehingga menimbulkan ketidakpuasan emosional dalam sebuah hubungan.

Sementara itu, dimensi *Borderline Pathological Tendencies* memiliki rata-rata 3.20 (kategori Sedang). Meskipun 62% responden setuju dan 13% sangat setuju untuk mempelajari kebiasaan pribadi idola, hanya sebagian kecil (18% setuju, 9% sangat setuju) yang terobsesi dengan detail kehidupan idola, dan mayoritas (53% sangat tidak setuju, 21% tidak setuju) menolak melakukan tindakan ilegal jika diminta idola. Namun, 52% setuju dan 27% sangat setuju untuk mempertimbangkan membeli barang bekas idola jika memiliki banyak uang. Meskipun skor rata-rata pada dimensi ini tidak mencapai kategori tinggi atau sangat tinggi, adanya persentase responden yang menunjukkan kecenderungan ini mengindikasikan bahwa potensi perilaku obsesif atau tidak rasional tetap ada dalam fandom, sejalan dengan penelitian Sansone dan Sansone (2014) yang mengidentifikasi spektrum perilaku dalam *celebrity worship*. Perilaku seperti ini sangat berkaitan dengan gaya *anxious attachment* yang tidak tersalurkan secara sehat. Individu dengan gaya keterikatan ini cenderung merasa tidak aman dalam hubungan romantis, takut akan kehilangan, dan sangat membutuhkan afeksi serta kehadiran yang stabil (Brennan, Clark, & Shaver, 1998). Ketika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi dalam hubungan nyata, mereka beralih ke figur selebriti sebagai "pengganti" yang ideal (Dewi & Suminar, 2022). Figur ini dianggap sempurna, tidak menimbulkan konflik, dan selalu hadir melalui konten media sosial, menciptakan ilusi hubungan yang nyaman dan "aman," meskipun hanya terjadi dalam pikiran individu (Chung & Cho, 2017). Secara psikologis, keterlibatan pada dimensi ini berisiko menyebabkan penarikan diri dari hubungan nyata, ketidakpuasan terhadap pasangan, hingga membandingkan hubungan romantis dengan relasi imajinatif yang dibentuk bersama figur selebriti (Intania & Sahrani, 2024). Dalam jangka panjang, keterikatan semacam ini dapat melemahkan kemampuan individu dalam menjalin relasi interpersonal yang sehat.

Pada variabel hubungan romantis (Y), analisis deskriptif menunjukkan rata-rata skor pada dimensi *Anxious Attachment Style* sebesar 3,82 (kategori Tinggi). Ini mengindikasikan bahwa responden memiliki kecenderungan tinggi untuk merasa cemas dalam hubungan romantis. Sebanyak 49% responden setuju dan 10% sangat setuju bahwa mereka khawatir pasangan akan meninggalkan mereka jika terlalu sering membicarakan idola. Selain itu, 45% setuju dan 41% sangat setuju bahwa mereka membutuhkan banyak kepastian cinta dari pasangan, dan 36% setuju serta 42% sangat setuju bahwa mereka merasa lebih dekat dengan pasangan daripada sebaliknya. Temuan ini menggarisbawahi kebutuhan validasi dan rasa takut ditinggalkan yang kuat di kalangan responden, yang merupakan ciri khas dari gaya keterikatan cemas (Hazan & Shaver, 1987). Keterikatan emosional yang intens terhadap selebriti dapat memperkuat pola keterikatan yang cemas ini. Ketika individu merasa bahwa pasangan tidak memberikan rasa aman yang cukup, mereka berpotensi mengalihkan fokus ke figur idola sebagai bentuk kompensasi emosional. Figur selebriti, dalam konteks ini, berfungsi sebagai "*attachment figure*" alternatif yang dianggap lebih aman dan tidak mengancam karena tidak menuntut hubungan dua arah. Individu yang seharusnya membangun kelekatan emosional dengan pasangannya justru berisiko mengalami kerenggangan hubungan akibat keterlibatan yang berlebihan terhadap idola. Seperti yang dijelaskan oleh Houran et al. (2005), individu dengan gaya keterikatan cemas lebih rentan membentuk kelekatan emosional terhadap figur publik sebagai upaya mencari kestabilan emosional yang tidak mereka peroleh dalam hubungan nyata. Kondisi ini dapat menimbulkan siklus yang kompleks, di mana individu merasa tidak aman dalam hubungan, mencari pelarian emosional melalui *celebrity worship*, lalu kembali merasa tidak aman karena keterlibatan tersebut justru menciptakan jarak dengan pasangan.

Di sisi lain, rata-rata skor pada dimensi *Avoidant Attachment Style* adalah 3,37 (kategori Sedang). Ini menunjukkan bahwa sebagian responden memiliki kecenderungan untuk menjaga jarak emosional dan menghindari keintiman berlebih dalam hubungan romantis. Sebanyak 34% responden setuju dan 25% sangat setuju bahwa mereka lebih suka tidak terlalu bergantung pada pasangan karena sudah cukup mendapatkan kenyamanan emosional dari idola. Dalam perspektif *attachment style*, *avoidant attachment* dapat muncul sebagai respons atas pengalaman atau persepsi bahwa kedekatan emosional berisiko menimbulkan kekecewaan atau rasa tidak aman (Collins & Feeney, 2004). Oleh karena itu, individu dengan gaya ini cenderung membangun batasan emosional dalam hubungan romantis, sekalipun mereka berada dalam hubungan yang stabil. Mereka dapat merasa terancam oleh

ketergantungan emosional dan lebih memilih untuk menyimpan perasaan, menghindari konflik emosional, atau bahkan mengalihkan fokus emosional ke objek lain yang dianggap "aman," seperti selebriti. Studi oleh Gómez, Viejo, dan Ortega (2019) menunjukkan bahwa gaya keterikatan yang tidak aman dapat memengaruhi kesejahteraan dalam hubungan romantis, yang mungkin mendorong individu mencari pelarian emosional. Hubungan parasosial dengan idola menawarkan koneksi emosional yang intens tanpa menuntut kedekatan fisik atau interaksi dua arah yang kompleks (Brennan, Clark, & Shaver, 1998). Dapat disimpulkan bahwa kecenderungan *avoidant attachment* dalam relasi romantis dapat memperkuat keterlibatan terhadap idola, karena hubungan tersebut dirasa lebih aman, terkontrol, dan tidak menuntut kerentanan emosional.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *celebrity worship* terhadap hubungan romantis pada penggemar K-Pop di Instagram. Berdasarkan uji regresi linear sederhana, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.001 ($< 0,05$) dengan koefisien regresi sebesar 0,193. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keterlibatan seseorang dalam *celebrity worship*, maka semakin besar dampaknya terhadap dinamika hubungan romantis mereka. Selain itu, hasil uji korelasi Spearman menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,361, yang menunjukkan adanya hubungan positif moderat antara kedua variabel tersebut. Persamaan regresi $Y = 7,407 + 0,193X$ mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *celebrity worship* akan diikuti oleh peningkatan sebesar 0,193 pada hubungan romantis.

Pengaruh positif dan signifikan *celebrity worship* terhadap hubungan romantis dapat dijelaskan melalui beberapa mekanisme. Tingginya skor pada dimensi *Entertainment Social-Value* menunjukkan bahwa idola K-Pop tidak hanya menjadi sumber hiburan, tetapi juga bagian integral dari interaksi sosial penggemar. Namun, ketika aktivitas ini dilakukan secara berlebihan, seperti terlalu sering membicarakan idola dengan pasangan, hal ini dapat menimbulkan kekhawatiran pada responden (58,7% responden menyatakan merasa khawatir pasangan akan meninggalkan mereka), mengindikasikan adanya potensi konflik atau ketidakseimbangan dalam hubungan nyata. Fenomena ini sejalan dengan studi yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang intens untuk mengikuti selebriti dapat mengarah pada perbandingan sosial yang merugikan hubungan interpersonal (Perloff, 2014). Perbandingan ini dapat menciptakan ekspektasi yang tidak realistis terhadap pasangan, karena figur idola seringkali ditampilkan dalam citra yang sempurna dan tanpa cela di media sosial (Sheldon & Bryant, 2016).

Keterikatan emosional yang mendalam, seperti yang ditunjukkan oleh skor tinggi pada dimensi *Intense-Personal Feelings* (rata-rata 3,79), sangat berkaitan dengan gaya *Anxious Attachment Style* yang juga tinggi pada responden (rata-rata 3,82). Individu dengan gaya keterikatan cemas cenderung memiliki kebutuhan validasi dan kepastian cinta yang tinggi, serta rasa takut ditinggalkan (Hazan & Shaver, 1987). Ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi secara memadai dalam hubungan romantis nyata, figur idola dapat menjadi "pengganti" atau objek kompensasi emosional yang dianggap aman dan tidak mengancam (Dewi & Suminar, 2022; Benu, Takalapeta, & Nabit, 2019). Penelitian terbaru oleh Wei dan Huang (2024) juga mengkonfirmasi bahwa *celebrity worship* yang intens seringkali berkorelasi dengan masalah kesehatan mental seperti kecemasan, yang dapat memengaruhi kualitas hubungan interpersonal. Idola dipersepsikan sebagai sosok yang "selalu hadir" dan tidak menolak, memberikan rasa kenyamanan emosional meskipun hubungan tersebut bersifat sepihak (Roihanah & Andreas, 2025). Hal ini dapat menyebabkan penurunan perhatian emosional terhadap pasangan nyata dan mengganggu keintiman hubungan, sebagaimana disoroti oleh Intania dan Sahrani (2024) yang menemukan bahwa keterlibatan berlebihan dalam *celebrity worship* dapat menurunkan kualitas komunikasi interpersonal dalam hubungan romantis. Akibatnya, kelekatan terhadap selebriti dalam intensitas yang tinggi dapat menurunkan perhatian emosional terhadap pasangan, serta mengganggu keseimbangan dan keintiman dalam hubungan romantis.

Meskipun dimensi *Borderline Pathological Tendencies* berada pada kategori sedang (rata-rata 3,20), adanya persentase responden yang menunjukkan kecenderungan untuk mempelajari kebiasaan pribadi idola secara mendalam (75% responden) dan mempertimbangkan membeli barang bekas idola (79% responden) mengindikasikan bahwa potensi perilaku obsesif atau tidak rasional tetap ada dalam fandom, sejalan dengan penelitian Sansone dan Sansone (2014) yang mengidentifikasi spektrum perilaku dalam *celebrity worship*. Perilaku seperti ini sangat berkaitan dengan gaya *anxious attachment* yang tidak tersalurkan secara sehat. Individu dengan gaya keterikatan ini cenderung merasa tidak aman dalam hubungan romantis, takut akan kehilangan, dan sangat membutuhkan afeksi serta kehadiran yang stabil (Brennan, Clark, & Shaver, 1998). Ketika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi dalam hubungan nyata, mereka beralih ke figur selebriti sebagai "pengganti" yang ideal (Dewi & Suminar, 2022). Figur ini dianggap sempurna, tidak menimbulkan konflik, dan selalu hadir melalui konten media sosial, menciptakan ilusi hubungan yang nyaman dan "aman" meskipun hanya terjadi dalam pikiran individu (Chung & Cho, 2017). Secara

psikologis, keterlibatan pada dimensi ini berisiko menyebabkan penarikan diri dari hubungan nyata, ketidakpuasan terhadap pasangan, hingga membandingkan hubungan romantis dengan relasi imajinatif yang dibentuk bersama figur selebriti (Intania & Sahrani, 2024). Dalam jangka panjang, keterikatan semacam ini dapat melemahkan kemampuan individu dalam menjalin relasi interpersonal yang sehat.

Di sisi lain, rata-rata skor pada dimensi *Avoidant Attachment Style* adalah 3.37 (kategori Sedang). Ini menunjukkan bahwa sebagian responden memiliki kecenderungan untuk menjaga jarak emosional dan menghindari keintiman berlebih dalam hubungan romantis. Sebanyak 59% responden (25% sangat setuju dan 34% setuju) menyatakan lebih suka tidak terlalu bergantung pada pasangan karena sudah cukup mendapatkan kenyamanan emosional dari idola. Dalam perspektif *attachment style*, *avoidant attachment* dapat muncul sebagai respons atas pengalaman atau persepsi bahwa kedekatan emosional berisiko menimbulkan kekecewaan atau rasa tidak aman (Collins & Feeney, 2004). Oleh karena itu, individu dengan gaya ini cenderung membangun batasan emosional dalam hubungan romantis, sekalipun mereka berada dalam hubungan yang stabil. Mereka dapat merasa terancam oleh ketergantungan emosional dan lebih memilih untuk menyimpan perasaan, menghindari konflik emosional, atau bahkan mengalihkan fokus emosional ke objek lain yang dianggap "aman," seperti selebriti. Studi oleh Gómez, Viejo, dan Ortega (2019) menunjukkan bahwa gaya keterikatan yang tidak aman dapat memengaruhi kesejahteraan dalam hubungan romantis, yang mungkin mendorong individu mencari pelarian emosional. Hubungan parasosial dengan idola menawarkan koneksi emosional yang intens tanpa menuntut kedekatan fisik atau interaksi dua arah yang kompleks (Brennan, Clark, & Shaver, 1998). Dengan demikian, kecenderungan *avoidant attachment* dalam relasi romantis dapat memperkuat keterlibatan terhadap idola, karena hubungan tersebut dirasa lebih aman, terkontrol, dan tidak menuntut kerentanan emosional.

Secara keseluruhan, temuan pada penelitian ini konsisten dengan penelitian Sagita dan Kadewardana (2017) yang menemukan bahwa *celebrity worship* dapat menyebabkan perbandingan pasangan dengan idola, mengganggu persepsi terhadap hubungan nyata. Fenomena ini memiliki paralel dengan bagaimana audiens menginterpretasikan representasi hubungan dalam media. Sebagaimana ditunjukkan oleh Ramadani dan Alamiyah (2023) dalam studi mereka tentang resepsi FWB di drama Korea 'Nevertheless', audiens tidak secara pasif menerima pesan media, melainkan secara aktif memaknai dan menginterpretasikannya berdasarkan latar belakang dan pengalaman pribadi mereka. Dalam konteks *celebrity worship*,

penggemar juga tidak hanya mengonsumsi citra selebriti secara mentah, tetapi memproduksi ulang makna dan mengintegrasikannya ke dalam kerangka pemahaman mereka tentang hubungan. Perbedaan pemaknaan yang ditemukan oleh Ramadani dan Alamiyah (2023) juga mencerminkan bahwa audiens memiliki kesadaran dan kebebasan dalam memaknai isi pesan, sebuah prinsip yang juga berlaku dalam bagaimana individu membentuk hubungan parasosial dan membiarkannya memengaruhi hubungan nyata mereka.

Implikasi dari temuan ini sangat relevan dalam konteks budaya digital saat ini. Keterlibatan yang mendalam dengan figur selebriti, terutama yang didorong oleh kebutuhan emosional yang tidak terpenuhi dalam hubungan nyata, dapat menciptakan siklus yang merugikan. Individu mungkin semakin menarik diri dari interaksi interpersonal yang menantang dan memilih kenyamanan hubungan parasosial yang "aman". Hal ini dapat menghambat perkembangan keterampilan komunikasi dan regulasi emosi yang esensial untuk hubungan romantis yang sehat dan berkelanjutan (Knapp et al., 2014). Oleh karena itu, penting bagi penggemar untuk mengembangkan kesadaran diri mengenai batas-batas keterlibatan mereka dengan idola, serta bagi pasangan untuk memahami dinamika ini dan mencari cara untuk memperkuat komunikasi dan kelekatan emosional dalam hubungan mereka.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *celebrity worship* terhadap hubungan romantis pada penggemar K-Pop di Instagram. Hal ini dibuktikan melalui uji regresi linear sederhana dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($< 0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,193. Selain itu, uji korelasi Spearman juga menunjukkan adanya korelasi positif sebesar 0,361. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat keterlibatan individu dalam aktivitas *celebrity worship*, terutama pada aspek emosional yang mendalam, maka semakin besar pula dampaknya terhadap dinamika relasi romantis yang dijalani.

Temuan ini menegaskan bahwa keterlibatan dalam *celebrity worship* tidak hanya berhenti pada bentuk hiburan pasif, melainkan juga berkaitan erat dengan aspek psikologis dan emosional penggemar. Keterlibatan yang tinggi dapat memicu kecemasan dalam hubungan (*anxious attachment*), kebutuhan akan validasi emosional, serta penghindaran terhadap kedekatan emosional dua arah (*avoidant attachment*). Bahkan, pada tingkatan tertentu, hubungan satu arah yang dibangun dengan figur selebriti dapat menggantikan kebutuhan emosional yang seharusnya dipenuhi dalam relasi interpersonal nyata.

Dimensi *borderline pathological tendencies* dalam *celebrity worship* menunjukkan indikasi kuat bahwa sebagian individu memiliki keterikatan emosional dan kognitif yang ekstrem terhadap selebriti. Meskipun demikian, sebagian besar responden dalam penelitian ini menunjukkan kesadaran terhadap potensi gangguan yang ditimbulkan oleh keterlibatan tersebut. Hal ini memperlihatkan adanya ambivalensi, yaitu antara kekaguman terhadap idola dan kebutuhan menjaga kestabilan hubungan romantis.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam ranah psikologi hubungan, dengan mengintegrasikan fenomena *celebrity worship* dan teori *attachment style* dalam konteks media sosial, khususnya Instagram. Penggunaan media sosial sebagai medium keterlibatan idola menciptakan hubungan parasosial yang semakin intens, memperbesar pengaruh selebriti terhadap pembentukan ekspektasi, persepsi, dan regulasi emosi dalam hubungan nyata.

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, M., & Aritejo, B. (2021). Peran Interaktivitas Influencer Di Instagram Dalam Membangun Loyalitas Pengikut.
- Aji, R. (2022). *Survei: Mayoritas Penggemar K-Pop di Indonesia Berusia Remaja dan Mahasiswa*. Katadata Insight Center.
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–483.
- Benu, J., Takalapeta, T., & Nabit, Y. (2019). Perilaku Celebrity Worship pada Remaja Perempuan. *Journal of Health and Behavioral Science*.
- Brennan, Clark, & Shaver. (1998). Experiences in Close Relationships Inventory.
- Cassidy, J., & Shaver, P. (2008). *Handbook of attachment: Theory, research, and clinical applications*, 2nd ed. The Guilford Press.
- Chung, S., & Cho, H. (2017). Fostering parasocial relationships with celebrities on social media: Implications for celebrity endorsement. *Psychology & Marketing*.
- Collins, N. L., & Feeney, B. C. (2004). An attachment theory perspective on social support processes in intimate relationships. *Personality and Social Psychology Review*, 8(2), 109-126.
- Dewi, S. T., & Suminar, D. R. (2022). Adult Attachment Style Dan Celebrity Worship Pada Wanita Dewasa Awal Penggemar Drama Korea. *Psikologi Malahayati*.
- Dispatch. (2017). 'The Love' ...Idol member's hand gestures to make 'Heart shape'. Dipetik Maret 14, 2018, dari <https://www.koreadispatch.com/2017/09/21/the-love-idol-members-hand-gestures-to-make-heart-shape/>
- George, C. (2010). Attachment Theory. *Corsini Encyclopedia of Psychology*.
- Giles, D. C. (2009). Parasocial Interaction: A Review of the Literature and a Model for Future Research. *Media Psychology*.
- Gómez, M., Viejo, C., & Ortega, R. (2019). Well-Being and Romantic Relationships: A Systematic Review in Adolescence and Emerging Adulthood. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(18), 3409.
- Guerrero, L., Andersen, P., & Afifi, W. (2020). *Close Encounters: Communication in Relationships 6nd Edition*. Sage Publishing.

- Hazan, C., & Shaver, P. (1987). Romantic Love Conceptualized as an Attachment Process. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Hepper, E., & Carnelley, K. (2012). Attachment and romantic relationships: The roles of working models of self and other. *The psychology of love*.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (2016). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215-229. (Original work published 1956)
- Houran, J., Maltby, J., & McCutcheon, L. E. (2005). The relationship between celebrity worship and attachment styles. *Personality and Individual Differences*, 38(1), 1-10.
- Intania, A., & Sahrani, R. (2024). Hubungan Kualitas Berpacaran dan Kecemasan Menikah Pada Generasi Z. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*.
- Jung, S., & Shim, D. (2013). Social distribution: K-pop fan practices in Indonesia and the 'Gangnam Style' phenomenon. *International Journal of Cultural Studies*.
- Kang, M., Kim, J., Yang, S., Park, S., & Ko, E. (2021). Understanding the dynamics of K-pop fandom: A social network analysis of fan activities on Twitter. *Journal of Global Fashion Marketing*, 12(1), 1-16.
- Khairunnisa. (2022). *Pembentukan Kata Pada Komunitas Penggemar Budaya Korea Melalui Media Sosial Twitter*.
- Knapp, M., Vangelisti, A., & Caughlin, J. (2014). *Interpersonal Communication and Human Relationships*. Allyn & Bacpn.
- Lynn McCutcheon, R. L. (2002). *Conceptualization and measurement of celebrity worship*.
- Maltby, J., Giles, D., Barber, L., & McCutcheon, L. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image. *evidence of a link among female adolescents*, 17-32.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., & Gillett, R. (2004). The relationship between celebrity worship and personality. *Personality and Individual Differences*, 37(6), 1229-1240.
- MCST. (2024). *Survei Korean Wave: Indonesia Jadi Negara Pusat Hallyu dengan Antusiasme Budaya Korea Tertinggi di Dunia*.
- Nasution, R. D. (2017). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi Terhadap Eksistensi Budaya Lokal
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles: A Journal of Research*.
- Roihanah, A., & Andreas, A. (2025). Hubungan Antara Celebrity Worship Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologi*.
- Ramadani, A. F., & Alamiyah, S. S. (2023). Analisis resepsi mahasiswa terhadap hubungan friends with benefits. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 9(1), 1031–1046.
- Sagita, a., & Kadewandana, d. (2017). Hubungan Parasosial di Media Sosial (Studi pada Fandom Army di Twitter).
- Sansone, R., & Sansone, L. (2014). "I'm Your Number One Fan"— A Clinical Look at Celebrity Worship.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 300-307.
- Stever, G., & Lawson, K. (2013). Twitter as a Way for Celebrities to Communicate with Fans: Implications for the Study of Parasocial Interaction.
- Theran, S., Newberg, E., & Gleason, T. (2010). *Adolescent girls' parasocial interactions with media figures*.

- Wei, D., & Huang, Y. T. (2024). Unraveling complexity of celebrity worship and its associations with mental health among emerging adults in China. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1-12.
- Zsila, Á., Gábor, K., McCutcheon, L. E., & Demetrovics, Z. (2021). The relationship between celebrity worship and problematic social media use: A systematic review. *Journal of Behavioral Addictions*, 10(1), 1-15.