



PEMAKNAAN PERAN IDOL K-POP PADA PEREMPUAN DEWASA AWAL PENGGEMAR K-POP

Dzar Fahiemah El Faiqah, Kurniati Zainuddin, Perdana Kusuma

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Abstrak

K-Pop menjadi lebih populer selama pandemi COVID-19 karena banyak orang merasa stres saat isolasi mandiri, menjadikannya sebagai sumber hiburan dan "pelarian." Selain itu, popularitas K-Pop berdampak besar pada kehidupan pribadi beberapa penggemar dewasa awal, yang mencari idola mereka sebagai inspirasi, motivasi, dan dorongan untuk melanjutkan hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemaknaan peran idol K-Pop pada perempuan dewasa awal penggemar K-Pop. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang perempuan dewasa awal yang merupakan penggemar kpop selama minimal 3 tahun. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara secara mendalam. Hasil analisis data dari penelitian ini dapat dibagi menjadi lima: (1) hubungan parasosial di mana penggemar merasa dekat dengan idol mereka, (2) lagu-lagu K-Pop memberikan kenyamanan, dukungan emosional, dan inspirasi, (3) K-Pop membantu penggemar bangkit dari masa sulit, dan (4) idol berfungsi sebagai sumber inspirasi dan motivasi melalui perjuangan, lirik positif, pesan langsung, dan dukungan komunitas. Implikasi pada penelitian ini adalah agar masyarakat dapat menilai dampak positif atau negatif dari fandom K-Pop terhadap kesejahteraan emosional dan mental para penggemarnya.

Kata Kunci: Pemaknaan, Peran, Penggemar K-Pop, Perempuan.

PENDAHULUAN

Korean Pop (K-Pop) menjadi pembicaraan yang hangat selama dua dekade terakhir. Sejalan dengan cepatnya arus globalisasi dan kemajuan

teknologi yang pesat, popularitas *korean wave* dapat dengan mudah menyebar ke seluruh dunia. Menurut data dari *Korean Broadcasting* yang dikutip dari katadata.co.id mencatat jumlah

penggemar *K-Pop* pada tahun 2021 meningkat 17 kali lipat sejak tahun 2012 menjadi 156,6 juta orang (Rizaty, 2022). Indonesia pastinya tidak terlewatkan dari daya tarik *korean wave*. Dikutip dari kumparan.com, Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara dengan jumlah pemerhati *K-Pop* terbanyak di platform *K-Pop Chart*.

Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia merupakan pasar terbesar untuk konten hiburan Korea di luar negeri Korea Selatan (Sakina, 2020). Selama pandemi COVID-19, *K-Pop* makin disukai oleh banyak orang. Beberapa individu cenderung merasakan stress saat tinggal diam isolasi mandiri selama pandemi Covid-19. Faktor lain yang menjadi penyebab stress juga berasal dari orang-orang terdekat dari individu. Oleh karena itu, *K-Pop* menjadi sumber hiburan atau bentuk “pelarian” bagi individu tersebut (Liputan6, 2022).

Selain itu, *K-Pop* juga membuat penggemar termotivasi untuk menjadi seperti Idolanya dengan menemukan jalannya masing-masing. Semangat, pantang menyerah, sikap optimis serta kepercayaan diri dari *idol K-Pop* lah yang membuat para penggemar tampak termotivasi untuk menjadi seperti *idol*-nya dengan mulai kembali bersemangat dan lebih serius dalam mengejar apa yang ingin dicapai (Rani 2022). Tak heran jika para *idol* tersebut memiliki banyak penggemar. Dalam (Rani 2022) menunjukkan bahwa penggemar merujuk pada individu yang sedang mencari makna dari sebuah produk budaya. Proses pemaknaan ini merupakan tindakan yang bebas dan melibatkan aspek intelektual dan emosional.

Banyaknya fenomena *K-Pop* juga memengaruhi dinamika psikologis para penggemarnya, baik secara positif maupun negatif. (Widiasari and Nuryoto 2010) menyatakan bahwa dinamika psikologis adalah faktor motivasi dan pendorong yang berasal dari dalam

maupun luar individu, yang memengaruhi dan memperkuat mental individu dalam menyesuaikan diri dengan situasi dan perubahan. Dinamika psikologis adalah sistem psikologi yang mentikberatkan pada hubungan sebab-akibat dalam motif dan dorongan yang mendorong terjadinya sebuah perilaku (Almaida, Gumelar, and Laksmiwati 2021).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Sakinah, Hasna, and Wahyuningsih 2022), beberapa generasi muda kerap kali mengalami depresi karena merasa tidak mendapat cukup dukungan dari orang tua dan lingkungan sekitarnya. Generasi muda ini lebih percaya hanya idolanya yang selalu ada dalam semua situasi. Oleh karena itu, kecenderungan mengandalkan idolanya sebagai satu-satunya sumber dukungan dalam segala situasi sangat tinggi. Partisipan pada penelitian yang dilakukan (Ri'aeni et al. 2019) mengatakan bahwa partisipan merasa terinspirasi dari kisah idolanya, dengan kata lain kisah idolanya memberikan motivasi dan semangat kepada partisipan. Hasil penelitian dilakukan oleh (Dewi and Indrawati 2019) partisipan mengatakan bahwa salah satu motivasi jangka pendek dalam mengidolakan *K-Pop* adalah *seeking for support system*, di mana partisipan merasa di dukung oleh idola *K-Pop* ketika tidak ada yang bisa menemani di segala kondisi, tidak ada yang dapat diandalkan, dan merasa bahwa dukungan dari keluarga belum cukup.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang yang merupakan perempuan dewasa awal dengan rentang usia 18-25 tahun, telah menjadi penggemar *K-Pop* minimal 3 tahun.

Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan metode

wawancara. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Fenomenologi merupakan salah satu bentuk penelitian kualitatif di mana menggambarkan pengalaman hidup manusia mengenai suatu fenomena yang menitikberatkan dari pengalaman beberapa individu yang pernah mengalami fenomena tersebut (Creswell, 2016). Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada teknik analisis menurut Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Agusta, 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pengalaman Partisipan dengan idol K-Pop

Untuk mengenal *K-Pop* dapat dari mana saja. Salah satunya dari sosial media, baik secara tidak sengaja maupun secara sengaja. Media Sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan Youtube sering menjadi platform utama di mana orang dapat secara tidak sengaja menemukan *K-Pop*. Hal tersebut dialami oleh partisipan C dan GM yang mengenalkan *K-Pop* pertama kali melalui media sosial. Berbeda halnya yang dialami oleh partisipan AI yang mengenal *K-Pop* secara sengaja melalui *K-Drama*. Mengetahui *K-pop* secara sengaja melalui *K-drama* adalah salah satu cara umum di mana seseorang bisa mulai tertarik pada musik dan budaya *K-pop*. Banyak *idol K-pop* yang juga berkarier sebagai aktor atau aktris di *K-drama*. Melihat idola berakting dapat mendorong penggemar untuk mengeksplorasi grup musik Idol tersebut.

Dalam kehidupan selain merasakan perasaan bahagia manusia seringkali mengalami kesedihan maupun kesulitan. Bagi sebagian individu kerap kali mengalami kesedihan maupun kesulitan yang cukup signifikan.

Periode ini dapat dikatakan masa terpuruk, di mana saat masa terpuruk individu cenderung merasa jeligilang arah, putus asa, dan sulit melihat sisi positif dalam hidup. Dari ketiga partisipan, Partisipan C pernah mengalami masa kesedihan karena putus cinta.

Partisipan AI dan GM pernah mengalami masa terpuruk. Partisipan AI pernah mengalami masa terpuruk selama tiga tahun, di mana AI pertama kali didiagnosis memiliki penyakit mental yaitu *skizoafektif* dan BPD. Partisipan AI pernah merasakan hilang arah terhadap kehidupannya. Saat dosis obat ditambahkan oleh dokter, berdampak pada perilaku yang membuat partisipan AI semakin terpuruk hingga akhirnya melakukan percobaan bunuh diri. Sedangkan Partisipan GM pernah mengalami masa terpuruk ketika mendapatkan bullying saat duduk di bangku Sekolah Menengah Atas di mana setiap hari selalu menangis dan merasa berat untuk berangkat ke sekolah.

Selama masa terpuruk yang dialami oleh partisipan, karena mengenal *K-pop* partisipan merasa lebih bahagia karena merasa terhibur dengan konten *K-pop*. Bagi partisipan C, merasa lebih bahagia karena mendapat afirmasi dari *idol K-pop*. Partisipan merasa semangat menjalani hari karena menantikan konten terbaru dari *idol K-pop*. Partisipan AI berhasil melewati masa terpuruk tersebut ditemani oleh lagu-lagu *K-pop* yang membuat partisipan AI termotivasi dan mendapat banyak pelajaran. Konten-konten *K-pop* juga menjadi hiburan bagi partisipan AI ketika merasa sedih. Serta yang menjadi teman dan hiburan partisipan GM adalah lagu serta konten-konten *K-pop*. Partisipan GM bisa melewati masa terpuruk tersebut dengan menonton konten *K-pop* dan mendapatkan afirmasi dari *idol K-pop*. Melalui interaksi *idol K-pop* pada saat dipanggil maupun di

social media membuat partisipan GM merasa terhibur.

Perasaan Partisipan dengan idol K-Pop

K-Pop memiliki pengaruh besar terhadap emosi penggemar, yang ditunjukkan melalui bagaimana musik dan konten dari idol K-Pop mampu memengaruhi mood penggemar secara positif. Partisipan C menganggap K-Pop sebagai **mood booster** dalam menjalani hari, di mana ia merasa hidup lebih berwarna setelah mengenal K-Pop. Begitu juga dengan partisipan AI, yang merasa **nyaman** dan dimengerti melalui lirik-lirik lagu K-Pop. Lagu-lagu tersebut memberi rasa tenang dan membantu menghadapi perasaan dan situasi yang dihadapinya. Bagi partisipan AI, lagu-lagu ini juga memberikan **pelajaran hidup**, terutama terkait nilai-nilai penting seperti menghargai perjalanan hidup dan menerima kegagalan sebagai bagian dari pembelajaran. Partisipan GM merasakan kedekatan emosional dengan idol K-Pop melalui lagu yang dibuat khusus untuk penggemar. Hubungan ini tidak hanya sebatas hubungan antara idol dan penggemar, tapi dianggap sebagai hubungan yang lebih akrab, layaknya teman.

K-Pop juga dapat memicu keterikatan emosional yang kuat antara penggemar dan idol. Ketika terjadi kabar baik maupun buruk tentang idol, seperti keputusan seorang member untuk keluar dari grup, ketiga partisipan merasakan **kesedihan yang mendalam**. Partisipan merasa kehilangan ketika idol yang disukai harus keluar dari grup atau menghadapi masa hiatus. Partisipan C dan GM juga merasakan **kehampaan dan kesedihan** ketika idol yang disukai harus menjalani wajib militer. Meskipun ada rasa bangga, tetap ada perasaan kehilangan dan kekosongan karena idol yang biasanya menjadi penyemangat dan hiburan harus absen untuk sementara waktu.

Bagi partisipan AI, di mana idol yang memperkenalkannya ke dunia K-Pop memutuskan untuk mengakhiri hidupnya. Hal ini meninggalkan kesedihan yang mendalam hingga partisipan AI masih sering menangis ketika merindukan idol tersebut. Idol ini tidak hanya menjadi inspirasi, tetapi juga memberikan **kenyamanan emosional** di masa-masa sulit.

Interaksi parasosial, yaitu hubungan satu arah antara idol K-Pop dan penggemar, sangat kuat dirasakan oleh para partisipan. Partisipan GM merasa bahwa idol K-Pop membantu menghiburnya di saat-saat sulit melalui **afirmasi positif** yang diberikan oleh idol, baik di atas panggung maupun melalui media sosial. Pesan-pesan sederhana seperti "selamat pagi" atau "kamu sudah melakukan yang terbaik hari ini" menjadi dukungan emosional yang signifikan bagi penggemar. Secara keseluruhan, hubungan antara idol K-Pop dan penggemar bukan sekadar hiburan. Musik, pesan-pesan inspiratif, dan interaksi melalui media sosial menjadi sarana penting bagi para penggemar untuk merasakan keterhubungan emosional, kenyamanan, dan dukungan dalam kehidupan sehari-hari partisipan.

Pemaknaan Partisipan terhadap peran idol K-Pop

Hubungan parasosial adalah hubungan satu arah di mana penggemar merasa dekat dengan idol meskipun tidak ada interaksi langsung. Partisipan merasakan idol K-pop sebagai bagian penting dalam hidup partisipan, menjadi **moodbooster**, dan memberikan hiburan serta motivasi. Idol dianggap berharga meskipun tidak mungkin bertemu secara nyata. Bagi partisipan C dan GM, merasa bahwa idol K-pop selalu hadir di momen penting dalam hidup partisipan dan memberi dukungan emosional saat masa terpuruk.

Lagu-lagu K-pop yang sering membahas perjuangan hidup dan kesehatan mental memberikan kenyamanan dan motivasi bagi pendengar. Bagi partisipan AI, lagu K-Pop memiliki makna yang mendalam yang dapat membantu melewati masa-masa sulit dan memberikan afirmasi untuk mencintai diri sendiri. Lagu-lagu ciptaan idol K-pop juga memberi rasa nyaman dan keyakinan bahwa tantangan hidup dapat dilewati.

Banyak penggemar, termasuk partisipan dalam penelitian ini, menemukan peran dari idol K-pop sebagai *coping mechanism* untuk menghadapi masa terpuruk. Lagu yang diciptakan oleh idol K-Pop dan konten K-pop memberikan pengalihan dan dukungan emosional yang membantu partisipan merasa lebih baik. Partisipan AI merasa K-pop membantunya ketika didiagnosis gangguan mental, sementara partisipan GM menemukan hiburan melalui konten yang membuat partisipan merasa bahagia.

Idol K-pop tidak hanya menghibur, tetapi juga menjadi sumber motivasi dan inspirasi. Idol dianggap sebagai *moodbooster*, memberikan kata-kata motivasi, dan bahkan menjadi alasan untuk terus melanjutkan hidup. Partisipan GM merasakan bahwa K-pop sangat berharga dan menjadi motivasi untuk menghadapi tantangan hidup, terutama saat di-bully ketika duduk di bangku Sekolah Menengah Atas.

Idol K-pop dijadikan *role model* oleh penggemar karena menunjukkan kerja keras, profesionalisme, dan sikap positif terhadap kehidupan. Partisipan AI dan GM menganggap idol sebagai inspirasi yang membantu partisipan melalui masa sulit dan mengajarkan pelajaran hidup. Idol K-pop tidak hanya dilihat sebagai artis, tetapi juga sebagai figur yang memberikan pelajaran berharga dalam mengatasi tantangan hidup.

PEMBAHASAN

Pengalaman Partisipan Dengan Idol K-Pop

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketiga partisipan pertama kali mengenal K-pop melalui interaksi dengan K-drama dan konten K-pop di media sosial, yang menggambarkan interaksi parasosial. Menurut Horton dan Wohl, interaksi parasosial adalah reaksi penonton terhadap suatu figur yang terjadi ketika kedua belah pihak berinteraksi melalui media seperti teater, radio dan televisi, di mana penonton menganggap figur tersebut seorang teman bercengkrama yang sangat akrab (Anindysari dan Kusumasondjaya, 2019).

Setelah mengenal K-pop, Partisipan mulai mencari informasi lebih lanjut tentang idol K-pop, yang dikenal sebagai "*seeking information*", yaitu upaya aktif untuk mengetahui lebih dalam tentang idol melalui media sosial bertujuan untuk mengetahui kebenaran dari sikap yang ditunjukkan oleh *idol* kepada penggemar serta untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh *idol K-pop* (Dewi dan Indrawati, 2019).

Selain berinteraksi dengan idol, partisipan juga terlibat dalam "*fan interaction*", yakni berinteraksi dengan sesama penggemar *K-pop*. Berinteraksi dengan sesama penggemar *K-Pop* lainnya dapat menghasilkan pertemanan yang berlangsung lama dan erat, hingga mampu berbagi perasaan yang dirasakan kepada teman sesama penggemar *K-Pop* tersebut (Dewi dan Indrawati, 2019).

Konten K-pop yang konsisten, sering kali diperbarui, memberikan hiburan dan motivasi kepada partisipan, sejalan dengan teori penguatan dari B.F. Skinner. Konten yang terus diperbarui memberikan penguatan positif yang mendorong penggemar untuk terus mengikuti idol mereka, karena konten tersebut memberikan hiburan dan

keterlibatan emosional yang mereka cari (Ayu dan Kusmawati, 2024).

Perasaan Partisipan dengan idol K-Pop

Hasil wawancara menunjukkan bahwa partisipan C merasa lebih semangat menjalani hari setelah mengenal K-pop, menjadikan idol K-pop sebagai sumber motivasi dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut dapat dikategorikan sebagai motivasi pengidolaan yaitu motivasi jangka pendek yang meliputi *meet idol* dan *seeking for support system*. Partisipan menjadikan idol K-Pop sebagai sumber motivasi yang diperlukan untuk meningkatkan semangat dalam kehidupan sehari-hari (Dewi & Indrawati, 2019).

Dari ketiga partisipan memiliki hubungan emosional pada *idol K-Pop*. Partisipan merasakan berbagai emosi seperti merasa bahagia, sedih, hampa bahkan terpuruk ketika mendengar yang berkaitan dengan *idol K-Pop*. Hal ini dapat dikatakan juga sebagai hubungan parasosial (Amanda, 2022). Partisipan merasakan berbagai emosi seperti bahagia, sedih, bahkan terpuruk terkait dengan kondisi idol, misalnya ketika idol keluar dari grup, menjalani wajib militer, atau meninggal dunia.

Partisipan GM juga merasa terbantu dan terhibur melalui interaksi dengan idol K-pop di media sosial, yang memperlihatkan interaksi parasosial. Menurut Horton dan Wohl, interaksi parasosial terjadi ketika penonton merasa memiliki hubungan dekat dengan figur media meskipun interaksi terjadi secara sepihak melalui media (Anindysari dan Kusumasondjaya, 2019).

Pemaknaan Partisipan terhadap peran idol K-Pop

Partisipan C menyukai K-pop karena konsep uniknya saat comeback, yang dapat dikaitkan dengan teori

persona Carl Jung, di mana grup K-pop menampilkan citra yang berbeda melalui konsep musik dan penampilan (Mubarock, 2021). Bagi partisipan, idol K-pop berperan seperti teman melalui interaksi intens yang menciptakan hubungan parasosial, di mana penggemar merasa memiliki hubungan dekat dengan idol meski tidak ada interaksi langsung. Konten seperti vlog dan live streaming juga memperkuat ikatan emosional.

K-pop menjadi "*moodbooster*" bagi partisipan C, memberikan kebahagiaan dan meredakan kesedihan. Ini mencerminkan tahap "*intensive personal feeling*" di mana penggemar merasakan empati dan ikatan emosional dengan idol mereka (Munica, 2021). Bagi partisipan AI, lagu K-pop memberikan motivasi dan pelajaran hidup, membantu melewati masa sulit dan menghadapi kehidupan dewasa dengan lebih percaya diri. Lagu K-pop dianggap memiliki dampak besar pada emosional dan pola pikir pendengarnya (Setiawan & Said, 2022).

Selain itu, idol K-pop berperan sebagai *role model* yang menunjukkan kerja keras dan dedikasi, memotivasi penggemar untuk meniru sikap positif tersebut. Partisipan GM melihat idol K-pop sebagai inspirasi, mendapatkan motivasi dari ketekunan idol dalam menghadapi tantangan (Amalia dan Tranggono, 2022). Idol K-pop juga membantu penggemar mengatasi masa-masa sulit, dengan partisipan GM merasa didukung dan mendapatkan afirmasi dari idol melalui interaksi di media sosial, yang mengurangi perasaan kesepian (Wardani dan Kusuma, 2021).

K-pop memberikan pengaruh positif pada perubahan perilaku, dengan partisipan menjadi lebih semangat dalam menjalani hidup dan mencintai diri sendiri. Idol K-pop memberikan dukungan emosional yang penting, yang membantu penggemar menghadapi berbagai tantangan hidup.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pemaknaan peran *idol K-Pop* bagi penggemar dibagi menjadi lima hal yaitu, (1) Hubungan parasosial; penggemar merasa memiliki hubungan dekat dengan *idol K-Pop*, (2) Lagu ciptaan dengan *idol K-Pop*; memiliki lirik dan melodi yang memberikan kenyamanan, dukungan emosional, serta motivasi kepada pengemarnya, (3) Melalui *K-pop* dapat bangkit dari masa terpuruk; *K-pop* memiliki efek positif yang mendalam bagi beberapa penggemar, (4) Sumber motivasi dan inspirasi; dapat dilihat dari berbagai aspek, mulai dari cerita perjuangan idol, lirik lagu yang positif, pesan langsung dari *idol*, hingga dukungan komunitas penggemar, (5) Sebagai *Role model*; dengan menunjukkan kerja keras, profesionalisme, pengaruh positif, cara mengatasi kesulitan pribadi, pentingnya pendidikan dan pengembangan diri, gaya hidup sehat, serta kerja sama tim.

DAFTAR PUSTAKA

- Almaida R., Sandy A. G., and Adinda A. L. 2021. "Dinamika Psikologis Fangirl K-Pop." *Cognicia* 9 (1): 17-24. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>.
- Amanda, N. A. J. (2022). Analisis Fenomena Fandom K-Pop dalam kajian Hubungan Parasosial: Literatur Review. *Jurnal Psimawa: Diskursus Ilmu Psikologi dan Pendidikan*, 5(2), 86-90.
- Amalia, Y. F., & Tranggono, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Remaja Pada Budaya Korean Pop di Kota Surabaya. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(2), 299-310.
- Anindiyasari, Y., & Kusumasondjaya, S. (2019). Pengaruh Interaksi Parasosial Terhadap Hubungan Parasosial, Kredibilitas Endorser Dan Niat Beli Penggemar Syahrini Terhadap Produk Kosmetik Di Media Instagram. *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 21, 124-34.)
- Ayu, F. S., & Kusmawati, A. (2024). Perilaku Sosial Remaja Akhir Di Komunitas Nctzen Terhadap Korean Pop (Kpop). *Observasi: Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi*, 2(1), 253-265.
- Dewi, D. P. K. S., & Indrawati, K. R. (2019). Gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(02), 291.
- Liputan6. (2022, 14 Mei). *Remaja Makin Kesengsem dengan Artis K-Pop Selama Pandemi Covid-19*. Diakses pada (<https://www.liputan6.com/health/read/4962608/remaja-makin-kesengsem-dengan-artis-k-pop-selama-pandemi-covid-19>)
- Mubarock, W. F. (2021). Analisis Psikologi Tokoh dalam Naskah Drama Pinangan Karya Anton P. Chekhov Saduran Jim Lim Suyatna Anirun dengan Pendekatan Psikologi Analitis Carl Gustav Jung serta Implikasinya Terhadap Pembelajaran. *Triangulasi: Jurnal Pendidikan Kebahasaan, Kesastraan, Dan Pembelajaran*, 1(1), 23-28.
- 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), 90-98.
- Rani, A. S. (2022). HOW IS THE HABITUS OF K-POP FANS IN PEKALONGAN.
- Ri'aeni, Ida, Musiam Suci, Mega Pertiwi, and Tias Sugiarti. 2019. "Pengaruh Budaya Korea (KPop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon." *Communications*. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communications/article/view/9460/6798>.
- Rizaty, M. A (2022, 5 Juni). *Wabah K-pop Makin Menyebar di Dunia*. Diakses pada: (<https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/629c0aa18d034/wabah-k-pop-makin-menyebar-di-dunia>)
- Sakina A. R. (2020, 29 Desember). *Korean Wave di Indonesia saat Pandemi Covid-19*. Diakses pada: (<https://kumparan.com/rizqia-sakina/korean-wave-di-indonesia-saat-pandemi-covid-19-1usGiUzBJvL>)
- Sakinah R. N., Syofiyah H., and Yona W. 2022. "Pengaruh Positif Fenomena K-Pop Terhadap Karakter Generasi Muda Di Indonesia." *Journal on Education* 5 (1): 735-45.

<https://doi.org/10.31004/joe.v5i1.653>.

Setiawan, K., & Said, N. F. A. (2022). Konstruksi Makna Hipokrit pada Lagu Spine Breaker Karya Boy Band BTS. *Promusika*, 10(2), 66-77.

Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). Interaksi parasosial penggemar k-pop di media sosial (studi kualitatif pada fandom army di twitter). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243-260.

Widiasari, Yuki, and Sartini Nuryoto. 2010. "Dinamika Psikologis Pencapaian Successful Aging Pada Lansia Yang Mengikuti Program Yandu Lansia." *Psyco Idea* 8 (1): 38-52. <http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/PSYCHOIDEA/article/view/227>.