

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian tingkat kontrol diri pada penggemar K-Pop menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori tinggi, yaitu sebanyak 54,6%, sedangkan 45,4% berada pada kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas penggemar memiliki kemampuan yang cukup baik dalam mengendalikan dorongan, mempertimbangkan konsekuensi, serta mengatur perilaku dalam aktivitas yang berkaitan dengan K-Pop.
2. Tingkat *celebrity worship* pada penggemar K-Pop berada pada kategori tinggi sebesar 55% dan kategori rendah sebesar 45%. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki keterikatan emosional yang kuat terhadap idola, ditandai dengan perhatian intens terhadap aktivitas selebriti serta keterlibatan aktif dalam berbagai kegiatan *fandom*.
3. Tingkat perilaku hedonistik pada penggemar K-Pop menunjukkan bahwa 56,4% responden berada pada kategori tinggi dan 43,6% berada pada kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar memiliki kecenderungan untuk mencari kesenangan dan kepuasan melalui aktivitas hiburan dan konsumtif yang berkaitan dengan dunia K-Pop.

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku hedonistik dengan nilai signifikansi $p < 0,05$ dan koefisien regresi bernilai positif. Selain itu, *celebrity worship* juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku hedonistik dengan nilai signifikansi $p < 0,05$ dan koefisien regresi positif.

Temuan ini menunjukkan bahwa kedua variabel secara individual memiliki kontribusi terhadap munculnya perilaku hedonistik pada penggemar K-Pop. Sedangkan hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa kontrol diri dan *celebrity worship* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku hedonistik pada penggemar K-Pop. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,531 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 53,1% terhadap perilaku hedonistik, sedangkan sisanya sebesar 46,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

B. Saran

Bagi penggemar K-Pop, disarankan untuk mempertahankan dan terus meningkatkan kemampuan kontrol diri yang telah dimiliki, terutama dalam mengelola pengeluaran, waktu, serta keterlibatan dalam aktivitas *fandom*. Meskipun minat dan keterikatan terhadap idola merupakan hal yang wajar, penggemar perlu tetap menempatkan aktivitas K-Pop sebagai sarana hiburan secara proporsional agar tidak menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan. Penerapan perencanaan keuangan, penetapan skala prioritas kebutuhan, serta pertimbangan sebelum melakukan pembelian *merchandise* dapat membantu menjaga keseimbangan antara hobi dan tanggung jawab pribadi, akademik, maupun sosial. Dengan demikian, penggemar tetap dapat menikmati aktivitas *fandom* secara sehat, positif, dan terkendali.

Bagi Fakultas dan Universitas, diharapkan dapat mengoptimalkan layanan Bimbingan dan Konseling melalui penyediaan konseling individu dan kelompok, seminar literasi finansial, serta pelatihan pengembangan kontrol diri dan

manajemen gaya hidup. Program tersebut diharapkan mampu membantu mahasiswa mengelola minat terhadap aktivitas hiburan secara lebih sehat, rasional, dan seimbang tanpa mengganggu tanggung jawab akademik maupun sosial.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi perilaku hedonistik, seperti regulasi emosi, konformitas teman sebaya, literasi finansial, harga diri, maupun religiusitas, sehingga hasil penelitian dapat menjadi lebih komprehensif. Selain itu, penggunaan metode kualitatif atau *mixed methods* juga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman psikologis penggemar K-Pop dalam mengelola keterikatan terhadap idola dan perilaku konsumt



DAFTAR PUSTAKA

- Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl K-Pop. *Cognicia*, 9(1), 17-24.
- Adeonalia, A. (2002). Kontrol diri pada remaja. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Ananda, H. N., Arpandy, G. A., & Ariani, L. (2024). Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Perilaku Impulsive Buying pada Penggemar Pembeli Merchandise Jaemin NCT Dream. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 17. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2832>
- Anjani, I. G. M. D., & Wulanyani, N. M. S. (2024). Perilaku Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop: Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(22), 606-616. DOI: 10.5281/zenodo.14574645
- Apriliani, dkk. (2021). Pengaruh Celebrity Worship. Self Esteem dan Kecanduan Internet terhadap Compulsive Buying (Studi pada Pembelian Merchandise Idola K-pop Fans BTS). *Jurnal Psikologi Udayana*, 8(2), 98-107
- Ayu, N. W. R. S., & Astiti, D. P. (2020). Gambaran celebrity worship pada penggemar k-pop. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 203-210.
- Aziza, R., & Eryani, R. D. (2022, January). Hubungan Celebrity Worship dengan Self-Esteem pada BTS ARMY di Kota Bandung. In *Bandung Conference Series: Psychology Science* (Vol. 2, No. 1, pp. 122-129).
- Aziz, A. (2023). Seni menikmati hidup: Perspektif Al-Qur'an, hadis, dan ulama'. Penerbit Adab.
- Balaka, M. Y. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Bandung: Widina Indariesian Bhakti Persada Bandung.
- Barrang, P., Zubair, A. G. H., & Mussawir. (2023). Celebrity Worship pada Penggemar K- pop Berdasarkan Demografi. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(1), 100-106. <https://doi.org/10.56326/jpk.v3i1.2279>
- Brooks, S. K. (2021). FANatics: Systematic Literature Review Of Factors Associated With Celebrity Worship, And Suggested Directions For Future Research. *Current Psychology*, 40(2), 864-886.
- Cahyani, D. (2019). Celebrity Worship on Early Adult K-Pop Fangirling. 304(Acpch 2018), 167-170.
- Chaplin, J. P. (2011). Kamur psikologi (Terjemahan Kartini Kartono). Jakarta: Rajawali Pers. (Karya asli diterbitkan tahun 1985).
- Dwy Kartika, A., Aulia, Z. ., Amelia Azwiry , M. ., & Agustina, S. . (2024). The Relationship Between Celebrity Worship and Hedonistic Lifestyle in K-Pop Students. *Journal of Indonesian Culture and Beliefs (JICB)*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.55927/jicb.v3i1.14756>
- Dewi Aisyah, "Komunitas K-Pop di Sidoarjo Tahun 2013-2018", *Avatara, EJurnal Pendidikan Sejarah*, Volume 10, No. 2 Tahun 2021, Him. 3.
- Driana, H. I., & Indrawati, A. (2021). Pengaruh celebrity worship, gaya hidup hedonis, dan kecanduan internet terhadap pembelian kompulsif merchandise band Day6 pada OnlineShop Uriharu Id. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*, 1(5), 452-469. <https://doi.org/10.17977/um066v1i52021p452-469>

- Fadli, M. (2021). Awal Mula K-Pop Masuk ke Indonesia dan Dampaknya pada Generasi Muda. *Proceeding Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya*. 631-642
- Fahirra, H., & Andjarwati, A. L. (2022). Pengaruh Korean Wave Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Official Bts (Studi Pada Army Indonesia). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 148–159. <https://doi.org/10.26740/Jim.V10n1.P148-159>
- Fatimah, N., Noviekayati, I. G. A. A., & Rina, A. P. (2021). Perilaku Celebrity Worship pada remaja komunitas Netzens di Indonesia ditinjau dari loneliness. *SUKMA: Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(2), 122-135.
- Fikri, Dr. (2024). Psikologi Sosial. PT Penamuda Media
<https://www.penamudamedia.com>
- Furqon, H., Hasnida, & Fauzia, R. (2025). Peran kontrol diri terhadap celebrity worship pada Kpopers di Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 1128-1133.
<https://doi.org/10.XXXX/jerkin.v4i1.1553>
- Fuschillo, G. (2020). Fans, fandoms, or fanaticism? *Journal of Consumer Culture*, 20(3), 347- 365. <https://doi.org/10.1177/1469540518773822>
- Gumelar, S. A., Almaida, R., & Laksmiwati, A. (2021). Dinamika psikologis fangirl K-Pop. 9(1), 17-24. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>
- Ghufron, N.M., & Risnawati, R. (2010). *Teori Teori Psikologi*. Yogyakarta: ArRuz Media.
- Handayani, K. T. (2020). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap K-Pop Pada Mahasiswa Uin Suska Riau. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Harsanto, P. W. (2019). *Retorika visual fotografis dalam iklan koran*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Hernie, F., Riskasari, W., & Patrika, F. J. (2024). Celebrity worship dengan compulsive buying pada K-Popers di Surabaya. *Jurnal Psikologi Poseidon*, 7(1). <https://journal-psikologi.hangtuah.ac.id>
- Hurlock, E. (2012). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : PT. Erlangga
- Hidayati, I. A., & Sari, L. K. (2023). Hubungan kontrol diri dengan celebrity worship pada mahasiswa penggemar K-Pop. *Psycho Idea*, 21(2), 1–5.
- Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2024). 1, 2 1,2. 10(November), 606-616.
- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1998). 105
- Jalaludin R. 2014. *Psikologi Komunikasi Cetakan ke-2*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Liu, J. K. (2013). Idol Worship, Religiosity, and Self-Esteem among University and Secondary Students in Hong Kong. *Discovery SS Student E-journal*.
- Maharani, D. (2020, January 24). Mengenal Sasaeng, Fans Garis Keras K-Pop yang Ganggu Kehidupan Pribadi Idol. *Kompas*.
<https://www.kompas.com/hype/read/2020/02/24/095313266/mengenal-sasaeng-fans-garis-keras-kpop-yang-ganggu-kehidupan-pribadi-idol>

- Maltby, J., & Day, L. (2011). Celebrity Worship And Incidence Of Elective Cosmetic Surgery: Evidence Of A Link Among Young Adults. *Journal Of Adolescent Health*, 49 (2011) 483-489.
- Maltby, J., Houran, J., & Mccutcheon, L. E. (2003). A Clinical Interpretation Of Attitudes And Behaviors Associated With Celebrity Worship. *The Journal Of Nervous And Mental Disease*, 191 (1), 25-29.
- Maltby, J., Houran, J., Lange, R., Ashe, D., & Mccutcheon, L. E. (2002). Thou Shalt Worship No Other Gods-Unless They Are Celebrities Between Celebrity Worship And Religious Orientation. *Personality And Individual Differences*, 32, 1157-1172.
- Maltby, J., Mccutcheon, L. E., Ashe, D. D., & Houran, J. (2001). The Self Reported Psychological Well-Being Of Celebrity Worshipers. *Journal Of Psychology*, 3 (3), 441-452.
- Maltby, J., Giles, J., Barber, J., & McCutcheon (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British Journal of Health Psychology*, 10 (1): 17-32. doi:10.1348/135910704x15257.
- Mayuli, P. D. L., Mitariani, N. W. E., & Hendrawan, I. G. Y. (2025). Pengaruh celebrity worship, hedonic shopping motivation, dan materialisme terhadap compulsive buying (Studi kasus pembelian merchandise NCT di Bali). *Jurnal Emas*, 6(3), 563–577. <https://doi.org/10.36733/emas.v6i3.10967>
- Mccutcheon, L. E., & Aruguete, M. S. (2021). Is Celebrity Worship Increasing Over Time? *Journal Of Studies In Social Sciences And Humanities*, 7 (1), 66-75
- Mukmin, I. A., Marhani, M., & Galugu, N. saqinah. (2023). Remaja Akhir Penggemar K- Pop: Celebrity Worship dan Self Concept. *GUIDENA: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan Dan Konseling*, 13(3), 747. <https://doi.org/10.24127/gdn.v13i3.8156>
- Muzakar, A., Azizurrahman, A., & Khotmi, N. (2023). Psikologi sosial. Universitas Hamzanwadi Press & ITSKEISMUSPRESS. ISBN 978-623-5855-40-0
- Murtiningsih, D., & Marlapa, E. (2025). Buku ajar perilaku konsumen. Yogyakarta: Deepublish Digital.
- Natasyha, A. H. Z., & Iswari, R. D. (2021). *Dinamika Celebrity Worship pada Penggemar K- Pop*. Universitas Sriwijaya (Skripsi).
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Priyono, Suparto, Ekowati, N. D., Margareta, D., Kurniawati, D. W., Riyati, A., Hariyani, L., Suryaningsih, E. P., Chumairoh, F., Iskandar, Karjawati, Hanifah, Rutifah, & Lasteningtias, C. W. (2022). Resonansi pemikiran ke20: Pelangi pemikiran berbagai bidang untuk peningkatan pembelajaran geografi (Kumpulan artikel dan opini di media massa Januari–Februari 2022). Surakarta: Muhammadiyah University Press.a
- Prihastutik, N. P., & Fahmawati, Z. N. (2023). *The influence of hedonic lifestyle and self-control on consumptive purchasing behavior of NCT fans in Indonesia*. *EMPATHY: Jurnal Fakultas Psikologi*, 6(2), 171–183. <https://doi.org/10.26555/empathy.v4i1>

- Puspitasari, D., Hariadi, S., & Rahmawati, A. (2022). Celebrity worship dan perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop. Seminar Nasional Sistem Informasi 2022, Fakultas Teknologi Informasi – UNMER Malang. <https://senasif.unmer.ac.id>
- Qorina, M. N., & Khoirunnisa, R. N. (2024). *The relationship between self-control and celebrity worship in early adult K-pop fans*. Character: Jurnal Penelitian Psikologi, 11(2), 1168–1179. <https://doi.org/10.26740/cjpp.v11n2.p11681179>
- Rachmawati, R., & Ramdhani, R. N. (2024). The Relationship between Celebrity Worship and the Self-Concept of K-Pop Fan College Students in Bandung. OPTIMA: Journal of Guidance and Counseling, 4(2), 94-107. <http://ejournal.upi.edu/index.php/journal/>
- Rahayu, A. Y. (2013). Anak Usia TK: Menumbuhkan Kepercayaan Diri melalui Kegiatan Bercerita. Jakarta: PT. Indeks.
- Rahmawati, F. (2022, Juli 9). Dibalik Nama ARMY Sebutan untuk Penggemar BTS, Ada Makna yang Mendalam. Retrieved from Kompas.tv: <https://www.kompas.tv/article/307357/dibalik-nama-army-sebutan-untukpenggemar-bts>
- Rompies, J. K. (2021). 10 Alasan Mengapa Banyak Remaja Perempuan Menyukai K-pop? POPMAMA <https://www.popmama.com/big-kid/10-12-yearsold/jemima/alasan-mengapa-remaja-perempuan-menyukai-k-pop/10>
- Sarmila Alma Naila. (2022). Fenomena Perilaku Fangirling Mahasiswa Penggemar K-Pop di Masa Pandemi. Universitas Muhammadiyah Surakarta (Skripsi).
- Sari, V. F., Isworo, A., Suyanta, & Erawati, E. (2019). Hubungan celebrity worship dengan identitas diri remaja penggemar K-Pop. Jurnal Keperawatan Mersi, 8(1), 28–31.
- Seftiana, A. F., Syafitri, A., Eliyati, E., Ningsih, L. S., & Jadidah, I. T. (2023). Analisis gaya hidup hedonisme di era globalisasi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. Jurnal Multidisipliner Azramedia Indonesia Kapalamada 2(3).
- Siregar, S. (2018). metode penelitian kuantitatif. jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siyoto, s., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, B., Sukweenadhi, J., Bau, A. S., Rahmawati, M., Marlina, T., Tafwidhah, Y., Carolina, P., Darsono, K., & Fatikhah, N. (2023). [Hubungan Internasional]. (N. Nurjannah & A. Rosanty, Eds.; D. Yanthi, Peny.). Eureka Media Aksara. ISBN 978-623-151-639-8
- Sobur, Alex. (2016). Psikologi Umum. Bandung. Pustaka Setia
- Utami, C. W. (2012). Manajemen ritel: Strategi dan implementasi operasional bisnis ritel moderen di Indonesia. Jakarta:
- Syamsuddin, L., & Akuba, S. Y. (2022). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Komunitas Penggemar K-Pop Army Gorontalo. Elsia: Jurnal Psikologi Manusia, 1(1), 16–23.

- Tanjung, I. P., & Aritonang, N. N. (2023). Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar K-Pop di Kota Medan. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(3), 7361–7373. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Thalib, (2010) Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif (Jakarta: Kencana).
- Triadanti. (2019). Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans K-Pop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota? IDN Times. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gayahidupbenarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal>
- Zulkarnain. (2002). Hubungan kontrol diri dengan kreativitas pekerja. USU Digilib: Universitas Sumatera

