

## **Keseimbangan Antara *Life Satisfaction* Penggemar K-Pop Dengan Perilaku Fanatisme**

**Bella Nur Indah Wulansari**

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru 45 Surabaya

**Diah Sofiah**

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru 45 Surabaya

**Yanto Prasetyo**

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru 45 Surabaya

E-mail: [bellaniw4@gmail.com](mailto:bellaniw4@gmail.com)

### ***Abstract***

*K-pop fans are often associated with having fanatical behavior. Many say that K-pop fans are fans who have bad behavior. Even often get a little as fans who act excessively, obsessively, anarchists and others. The life satisfaction of K-pop fans is obtained from the idol. When fans watch their idols, they will feel satisfaction and create a sense of happiness. The purpose of this study was to determine the relationship between life satisfaction of K-pop fans and fanaticism behavior. This type of research is quantitative research. The number of subjects used was 101 participants. Sampling using purposive sampling with the characteristics of having a vulnerable age of 12 years to 35 years, has social media, and is part of the Army group. The data analysis technique used is the product moment correlation test. The results obtained using SPSS version 16.0, obtained a correlation coefficient of  $(r) = 0.233$  with a significance value  $(p) = 0.025$ , indicating that there is a significant positive correlation between life satisfaction with fanaticism behavior.*

**Keyword :** *Fanaticism Behavior; Life Satisfaction*

### ***Abstrak***

*Penggemar K-pop sering dikaitkan dengan memiliki perilaku yang fanatik. Banyak yang mengatakan bahwa penggemar K-pop merupakan penggemar yang memiliki perilaku yang buruk. Bahkan sering mendapatkan tittle sebagai fans yang bertindak secara berlebihan, obsesif, anarkis dan lain-lain. Kepuasan hidup penggemar K-pop didapatkan dari sang idol. Saat penggemar menonton idola mereka, maka mereka akan merasakan kepuasan dan terciptalah rasa bahagia. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara life satisfaction penggemar K-pop dengan perilaku fanatisme. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Banyaknya suyek yang digunakan sejumlah 101 partisipan. Pengambilan sample menggunakan purposive sampling dengan ciri-ciri memiliki rentan usia 12 tahun hingga 35 tahun, memiliki media social, dan bagian dari grup Army. Teknik analisa data yang digunakan adalah uji korelasi product moment. Hasil yang didapat menggunakan SPSS versi 16.0, diperoleh koefisien korelasi sebesar  $(r) = 0,233$  dengan nilai signifikansi  $(p) = 0,025$ , menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara life satisfaction dengan perilaku fanatisme.*

**Kata kunci:** *Kepuasan Hidup; Perilaku Fanatisme*

## Pendahuluan

Di tanah air *korean wave* sudah berkembang sangat pesat. Setiap harinya kalangan anak muda selalu membicarakan hal-hal yang berbau K-pop ataupun Drakor (Drama Korea) dimanapun mereka berada. K-pop atau *Korea Pop* merupakan sebuah industri musik yang lahir dari negeri ginseng yang identik dengan grup yang memiliki banyak member dengan tempo dan beat disertai gerakan yang berstamina (cncbindonesia.com). Di tanah air pun sudah bukanlah hal yang baru terutama bagi kaum kawula muda.

Sebutan untuk pengagum K-pop sendiri biasa disebut dengan K-popers. K-popers merupakan sebutan bagi seluruh penggemar K-pop terutama dibidang musik. Para penggemar memperoleh energi dan antusiasme dari kepiawaian mereka dalam mengidentifikasi pribadi mereka sebagai anggota dari komunitas *fans* lain yang saling berbagi kepuasan yang selaras juga melawan persoalan yang sama (Jenkis, 1992). Setiap *fans* memiliki sebuah fandom, dimana fandom ini merupakan sebuah identitas bagi mereka yang menandakan bahwa mereka adalah salah satu bagian dari penggemar grup tersebut yang memiliki kertarikan atau tujuan yang sama.

Kebanyakan orang berpikir bahwa *fans* K-pop dianggap selalu berperilaku yang melampaui batas seperti terlalu berlebihan, kompleks, menimbulkan kecanduan, dan konsumtif ketika mereka dengan mudahnya menghamburkan uang untuk memborong perintilan idola, membayar konten idola mereka maupun membuntuti idola sampai ke belahan dunia manapun apalagi mereka tidak akan berasumsi secara dua kali dalam merogoh kantong yang dalam. Sikap fanatisme penggemar ini menimbulkan berbagai macam bentuk perilaku seperti selalu acuh dengan lingkungan sekelilingnya, mereka akan mendengar lagu artis idolanya dimanapun dan kapanpun mereka berada bahkan mereka tidak segan untuk menghiraukan teman mereka. Kemudian memaksakan keinginan kepada orang lain, dimana mereka akan mempengaruhi orang lain agar menyukai hal apa yang disenangi. Bagi seorang remaja yang masih belum memiliki penghasilan sendiri, membeli merchandise dan menonton konser merupakan hal yang sulit. Namun, demi mendapatkan apa yang mereka inginkan, beberapa dari mereka melakukan kerja *part time* dan menyisihkan uang saku mereka. Mereka akan rela melakukan apapun demi artis idola mereka, bahkan ketika sang artis idola mengadakan konser ada beberapa penggemar yang nekat untuk datang ke konser meskipun tidak mendapatkan ijin dari orang tua.

Fanatisme merupakan rasa kesetiaan dan antusias yang cenderung berlebihan atau tinggi. Rasa antusias disini berkaitan dengan tingkat ketertarikan pada suatu objek yang tinggi dimana menimbulkan rasa perilaku yang fanatic. Pada rasa kesetiaan yang berkaitan dengan emosi dan kecintaan, keterikatan, disertai dengan adanya perilaku yang bergerak secara dinamis (Nugraini, 2016). Dalam kamus Bahasa Indonesia fanatisme berasal dari fanatic, yang artinya adalah terlalu besar suatu kepercayaan atau keyakinan pada suatu ajaran. Hal ini didukung dengan pemikiran dari (J.P Chaplin 2008) perihal fanatik yaitu suatu perilaku penuh semangat yang melampaui batas pada satu perspektif pandangan atau satu sebab. Fanatik (EYD) berlainan dengan fanatisme, fanatik menggambarkan suatu sifat yang muncul apabila individu penganut fanatisme (aliran fanatik), ditarik kesimpulan bahwa fanatisme adalah suatu sebab dan fanatik merupakan akibat.

Seorang *fans* dikatakan sudah cenderung ke fanatik tanpa rasa takut dan dengan beraninya mengganggu privasi idol entah itu idol dari grup yang mereka gemari atau idol dari grup lain. *Fans* seperti ini biasanya disebut dengan sebutan "*sasaeng*". *Sasaeng fans* merupakan seorang individu atau kumpulan orang yang melakukan tindakan atau perilaku yang sudah melebihi batas wajar guna untuk memuaskan diri mereka sendiri. Lalu tindakan seperti apa yang mereka lakukan? Tindakan yang sering dilakukan seperti menggali informasi idola entah itu nomor telepon, alamat hotel yang

mereka tempati saat melakukan *tour*, alamat rumah ataupun alamat dorm yang mereka tempati bahkan mereka dengan nekat akan mengusik keluarga dari idol. Namun bukan hanya itu saja tindakan yang pernah dilakukan, mereka pernah mengirimkan pesan berdarah yang mana hal ini pernah terjadi pada Taecyon 2PM, memberikan hadiah kepada idol merupakan hal yang sudah biasa namun bagaimanakah jika memberikan hadiah yang mana sudah diberikan kamera kecil guna merekam kegiatan idol tersebut. Hal ini pernah dialami oleh salah satu dari member EXO yaitu Kim Jong In atau biasa dikenal dengan Kai EXO. Perilaku yang paling ekstrim para *sasaeng* lakukan adalah para *sasaeng* ini akan menyayat pada bagian tubuh mereka dan mengunggahnya ke media social. Para *fans* yang fanatik ini tidak akan segan untuk menghalalkan berbagai cara agar mendapatkan perhatiannya dari idolnya. Bahkan mereka rela mengeluarkan banyak uang demi berdekatan dengan sang idol.

Fandom K-pop merupakan sebutan bagi para fans K-pop, dimana fandom K-pop ini ingin selalu melihat penampilan idolnya melalui entah melalui media ataupun melihat secara langsung. Media yang sering digunakan oleh para penggemar K-pop ini seperti televisi, radio dan terutama internet (Youtube, Twitter, Instagram, VLive). Melalui media fans K-pop dapat memuaskan rasa “rindu” menyalurkan rasa bahagia mereka pada idolnya. Hal yang sering mereka lakukan seperti mereka akan *download music video* dan beraneka ragam acara yang didatangi oleh idola, mereka akan saling bertukar info dan *news* menggunakan *fanboard* atau media internet lainnya (Rayner, Wall, & Kruger, 2004). Ketika mereka mampu melihat penampilan dan mengikuti perkembangan idolnya mereka akan merasakan perasaan yang bangga dan merasa bahwa dirinya itu merupakan fans yang sebenarnya. Hal ini bagi mereka adalah sebuah kepuasan dalam hidup atau *Life Satisfaction*.

*Life Satisfaction* merupakan kesejahteraan subjektif karena bersifat subjektif sesuai dengan penilaian individu tersebut (Argyle, 2001). *Life Satisfaction* yang didapatkan fandom k-pop berasal dari idola mereka. Apabila penggemar k-pop memiliki *life Satisfaction* yang tinggi maka penggemar tersebut merasa sangat gembira dan mampu memperbaiki suasana hati mereka ketika mendengarkan atau melihat idolnya tampil. mereka kerap acuh dengan lingkungan sekitarnya, mereka akan mendengar lagu artis idolnya dimanapun dan kapanpun mereka berada bahkan mereka tidak segan untuk mengacuhkan teman mereka. Bagi seorang remaja yang masih belum memiliki penghasilan sendiri, membeli merchandise dan menonton konser merupakan hal yang sulit. Kebahagiaan yang timbul karena idolnya membuat penggemar k-pop merasa bahwa mendengarkan atau menonton setiap penampilan idola adalah sebuah keharusan atau kebutuhan serta muncul harapan-harapan untuk segera bertemu dengan penggemarnya sehingga penggemar tersebut mau melakukan apapun demi bertemu dengan idolnya seperti melakukan kerja *part time* dan menyisihkan uang saku mereka. Mereka akan rela melakukan apapun demi artis idola mereka, bahkan ketika sang artis idola mengadakan konser ada beberapa penggemar yang nekat untuk datang ke konser meskipun tidak mendapatkan ijin dari orang tua.

Perilaku yang sering dilakukan untuk kepuasan hidup memunculkan sikap fanatisme pada diri fandom K-pop. Penggemar yang fanatik dengan idolnya akan secara frontal akan mengungkapkan rasa cintanya kepada sang idola dengan memanfaatkan peranan *feature* di Twitter yang ditujukan secara langsung pada akun artis yang dituju. Melalui internet, penggemar dapat melakukan apapun seperti bebas *confess* dan mengungkapkan isi hatinya kepada seluruh penggemar K-pop dengan *posting* pada blog ataupun *forum* (Nastiti, 2010). Fokus hanya pada idolnya. Fandom Kpop akan melakukan apapun demi idolnya bahkan sesama fandom Kpop dapat berkelahi untuk membela idolnya masing-masing. Dimana fanatisme dicirikan dengan kondisi kurang rasional,

pandangan yang sempit terhadap kehidupan, memiliki semangat yang tinggi untuk mengejar tujuan tertentu Wolman (dalam Patriot, 2001).

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai signifikansi hubungan antara *life satisfaction* penggemar K-pop dengan perilaku fanatisme. Manfaat yang dimiliki penelitian ini secara teoritis memberikan manfaat yaitu, informasi dan gambaran mengenai perilaku fanatisme penggemar K-pop. Kemudian secara praktis memberikan manfaat dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi yang luas mengenai perilaku fanatisme. Sehingga menghasilkan rumusan masalah apakah ada hubungan antara *life Satisfaction* penggemar K-pop dengan perilaku fanatisme.

## Metode

### 1. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan tipe penelitian korelasional. Dimana tipe penelitian korelasional ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel *life satisfaction* dengan variabel perilaku fanatisme. Penelitian korelasional ini dilakukan dengan menyebarkan skala *life satisfaction* dan skala perilaku fanatisme melalui google form. Skala yang digunakan merupakan skala *likert* dimana skala ini digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Untuk skala perilaku fanatisme menggunakan skala dengan 5 opsi dan skala *life satisfaction* menggunakan skala dengan 7 opsi.

### 2. Populasi dan Sample

Populasi yang digunakan merupakan *fans* K-pop sebanyak 1000 orang yang didasarkan pada jumlah penggemar dalam K-pop grup Army. Pengumpulan data yang digunakan adalah teknik *proporsive sampling*, yaitu pengambilan sample dengan menetapkan karakter yang akan digunakan sebagai penelitian. Adapun ciri-ciri yang dipakai dalam penentuan sample dalam penelitian ini adalah memiliki akun media sosial, memiliki rentan umur 12 hingga 35 tahun, penggemar K-pop dan merupakan bagian dari K-pop grup Army.

### 3. Instrumen Penelitian

Fanatisme merupakan perilaku atau tindakan yang dilakukan secara berlebihan. Dimana objek fanatisme dapat berupa seperti merek, produk bahkan pada manusia juga dapat memicu perilaku fanatisme. Aspek yang digunakan pada penelitian ini menggunakan aspek perilaku fanatisme yang berdasarkan (Goddard, 2001), yaitu 1) Besarnya suatu minat dan kecintaan pada suatu jenis kegiatan, 2) Sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tersebut, 3) Lamanya individu menekuni satu jenis kegiatan tertentu, 4) Motivasi yang datang dari keluarga juga dapat mempengaruhi seseorang pada kegiatannya.

Skala perilaku fanatisme memiliki aitem awal yang berjumlah 71. Setelah dilakukannya uji validitas mendapatkan hasil bahwa skala perilaku fanatisme memiliki aitem yang sah sejumlah 36 yang bergerak antara 0,311-0,668. Kemudian pada uji reliabilitas menghasilkan *alpha cronbach* sebesar 0,913.

*Life satisfaction* merupakan suatu keadaan kepuasan hati, dimana kepuasan ini akan timbul jika kebutuhannya telah terpenuhi. Artinya, jika sudah terpenuhi kebutuhannya tersebut maka akan menimbulkan rasa puas dan memunculkan perasaan bahagia. *Life satisfaction* yang dimaksud dalam fandom K-pop ini berasal dari sang idola. Peneliti menggunakan aspek milik Diener et.al., (1985) yang mana sudah ditranslate ke dalam Bahasa Indonesia oleh penulis

pertama dan kemudian direview oleh penulis kedua dan sarjana sastra inggris. Aspek yang digunakan,yaitu 1) Keinginan untuk mengubah hidup, 2) Kepuasan terhadap kehidupan saat ini, 3) Kepuasan hidup di masa lalu, 4) Kepuasan terhadap kehidupan di masa mendatang, 5) Penilaian individu terhadap kehidupannya.

Peneliti menggunakan item asli dari skala *life satisfaction*. Dimana pada penelitian sebelumnya pada skala *life satisfaction* mendapatkan uji validitas sebesar 0,689-0,860 pada uji reliabilitas menghasilkan sebesar 0,878. Peneliti juga melakukan uji validitas dan reliabilitas kembali, diperoleh hasil uji validitas sebesar 0,336-0,620 dan uji reliabilitas sebesar 0,742.

## Hasil

**Tabel 1 Hasil Uji Normalitas Skala Penelitian**

	<i>Life Satisfaction</i>	Perilaku Fanatisme
Kolmogorov-Smirnov Z	0,793	0,532
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,556	0,940

Hasil uji normalitas pada skala penelitian dengan menggunakan *SPSS versi 16.0 IBM for Windows* menghasilkan nilai Z = 0,793 pada p = 0,556 untuk variabel *Life Satisfaction*. Sedangkan untuk variabel perilaku fanatisme, diperoleh nilai Z = 0,532 pada p = 0,940. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel *life satisfaction* dan fanatisme memiliki data yang menunjukkan skornya distribusi secara normal.

**Tabel 2 Hasil Uji Linearitas Skala Penelitian**

Variabel		F	Sig
Fanatisme * <i>Life Satisfaction</i>	<i>Deviation from Linierity</i>	1,450	0,131

Hasil uji linearitas menunjukan bahwa *deviation from linearity* dengan signifikasi 0,131 >0,05 artinya antara *life satisfaction* dengan perilaku fanatisme mempunyai hubungan yang linear.

**Tabel 3 Hasil Uji Korelasi**

Correlations			
		Life Satisfaction	Fanatisme
Life Satisfaction	Pearson Correlation	1	.223*
	Sig. (2-tailed)		.025
	N	101	101
Fanatisme	Pearson Correlation	.223*	1
	Sig. (2-tailed)	.025	
	N	101	101

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil dari penelitian diperoleh dengan menggunakan uji korelasi *Pearson*, menghasilkan  $(r_{xy}) = 0,233$  dengan taraf signifikansi  $(p) = 0,025$ . Dikarenakan nilai signifikansi yang telah diperoleh lebih kecil dari 0,05  $(p < 0,05)$ , maka artinya adalah bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan antara variabel *life satisfaction* dengan variabel perilaku fanatisme.

## Pembahasan

Hasil penelitian di atas, mengatakan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara variabel *life satisfaction* dengan variabel perilaku fanatisme, maka hipotesis yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara *life satisfaction* dengan perilaku fanatisme diterima. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin tinggi *life satisfaction* penggemar K-pop maka perilaku fanatisme juga semakin tinggi. Sebaliknya, semakin rendah *life satisfaction* penggemar K-pop, maka perilaku fanatisme juga semakin rendah. Hasil tersebut menyatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini yang berbunyi “terdapat hubungan positif antara *life satisfaction* penggemar K-pop dan perilaku fanatisme” dinyatakan diterima

*Life Satisfaction* merupakan kesejahteraan subjektif karena bersifat subjektif sesuai dengan penilaian individu tersebut (Argyle, 2001). *Life satisfaction* penggemar K-pop timbul saat melihat atau mendengar kabar tentang idola mereka. Dimana saat melihat idola mereka, perasaan bahagia maupun histeris akan muncul. Penggemar K-pop yang memiliki *life satisfaction* tinggi maka penggemar tersebut merasa sangat senang dan juga merasa bahwa dengan mendengarkan atau melihat idolanya akan memperbaiki suasana hatinya..

*Life satisfaction* akan timbul apabila hasrat kebutuhan individu sudah terpenuhi. Setelah terpenuhinya kebutuhan, menimbulkan rasa puas dan terciptanya rasa bahagia. Namun, tidak selamanya kepuasan akan selalu terpenuhi, maksudnya jika kebutuhannya tidak didapatkan atau tidak terpenuhi maka rasa kepuasan tidak timbul dalam hidupnya.

Begitupula selaras dengan bentuk perilaku fanatisme. Hal ini berhubungan dengan *life satisfaction* penggemar K-pop dengan perilaku fanatisme. Seorang penggemar menyalurkan hobinya seperti dengan membeli *merchandise official* sebagai bentuk dukungan kepada idola mereka, membela idolnya secara mati-matian, menonton konser idola mereka, mengikuti jadwal idolanya entah itu yang bersifat umum ataupun private, berpakaian layaknya sang idola bahkan rela melakukan *plastic surgery* demi terlihat mirip dengan sang idola. Hal seperti itu merupakan sebagian kebutuhan mereka, yang mana mereka melakukan itu demi mendapatkan kepuasan dalam hidup mereka. Kebutuhan yang sudah terpenuhi atau sudah terlaksana menimbulkan rasa bahagia dari individu tersebut.

Thorne dan Brunner (2011) menjelaskan bahwa fanatisme merupakan individu dengan keinginan yang tinggi atau memiliki hasrat yang khusus, trend yang menunjukkan perilaku ekstrem ini dilihat oleh orang lain sebagai konversi social, disfungsi dan melanggar. Perilaku yang sering dilakukan untuk kepuasan hidup memunculkan sikap fanatisme pada diri fandom K-pop. Penggemar yang fanatik dengan idolanya akan secara spontan mengungkapkan perasaannya kepada sang idola melalui cuitan di *social media*.

Penggemar Kpop akan melakukan apapun demi idolanya bahkan sesama fandom Kpop pun dapat melakukan *war* (perkelahian) untuk membela idolanya masing-masing. Hal seperti ini biasa terjadi dalam dunia perK-popan dimana mereka akan membela idola mereka dengan memberikan bukti-bukti yang akurat. Fanatisme sendiri dicirikan dengan memiliki kondisi pemikiran yang kurang rasional.

Pada penjelasan di atas sesuai dengan apa yang telah didapatkan pada sampel yang telah digunakan. Individu sebagai sampel dalam penelitian ini menyatakan bahwa *life satisfaction* yang diperoleh dari sang idola yang mana hal tersebut membuat individu merasa terpuaskan dan menimbulkan kebahagiaan atau kesenangan saat apa yang mereka butuhkan terpenuhi. Namun dalam setiap penelitian pastinya terdapat suatu kelemahan, dan klemahan pada penelitian ini adalah peneliti tidak menemukan jurnal pendukung sebagai acuan penelitian ini dan juga kurangnya

responden pada penelitian ini. Dimana peneliti merasa kesulitan saat melakukan analisa. Namun secara keseluruhan penelitian ini merupakan temuan penelitian terbaru yang membahas tentang hubungan antara variabel *life satisfaction* penggemar K-pop dengan variabel perilaku fanatisme.

## Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan bagaimana hubungan antara variabel *life satisfaction* penggemar K-pop dengan variabel perilaku fanatisme. Ciri-ciri individu yang memiliki perilaku fanatisme adalah memiliki pemikiran yang kurang rasional, memiliki pandangan yang sempit dan bersemangat dalam mengejar tujuan. Subyek yang ikut serta dalam penelitian ini adalah penggemar K-pop. Sejumlah 101 penggemar K-pop yang berpartisipasi dalam pengisian skala pengukuran ini. Proses pengambilan data pada penelitian ini dilakukan secara *online* dengan menggunakan *google form* yang disebar ke dalam grup. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan skala likert dengan metode analisis data yang digunakan adalah korelasi *product moment*.

Berdasarkan analisis data, dapat ditarik kesimpulan bahwa, terdapat hubungan yang positif signifikan antara *life satisfaction* dengan perilaku fanatisme. Hal ini memiliki arti bahwa, semakin tinggi *life satisfaction* pada penggemar K-pop maka semakin tinggi perilaku fanatisme begitupula sebaliknya, semakin rendah *life satisfaction* penggemar K-pop maka semakin rendah perilaku fanatisme. Selain itu penelitian ini merupakan penelitian baru dimana tidak ada jurnal acuan dari penelitian sebelumnya. Dengan demikian hasil hipotesis penelitian ini yang telah diajukan dapat diterima. Dalam penelitian ini terdapat beberapa saran yang pertama ditujukan kepada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi variabel perilaku fanatisme. Selain itu juga akan lebih baik lagi dapat memperluas subyek penelitian, kemudian saran yang kedua ditujukan untuk individu yang fanatik pada idola *Korean Pop*, hendaknya mencontoh perilaku-perilaku yang positif dari idolanya. Perilaku fanatismenya juga bisa dimanfaatkan untuk hal-hal yang positif seperti belajar bahasa idolanya sehingga bisa menguasai banyak bahasa.

## Referensi

- Argyle, M. (2001). *The Psychology Of Happiness* (2nd Editio). Sussex: Routledge.
- Chaplin, J. P. (2008). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Diener, E., A. R., Emmons, Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71–75.
- Goddard, H. (2001). *Civil Religion*. New York: Cambridge University Press.
- Jenkis, H. (1992). *Textual Poachers: Television Dan Partisipatory Culture Studies in Culture And Communication*. New York: Routledge.
- Muamar, Y. (2019). Korea Tak Punya Tambang Migas, Tapi Bisa Cuan Besar dari Kpop. Retrieved July 11, 2020, from <https://www.cnbcindonesia.com/market/20191215200107-17-123247/korea-tak-punya-tambang-migas-tapi-bisa-cuan-besar-dari-kpop>
- Nastiti, A. D. (2010). "Korean Wave" Di Indonesia" Antara Budaya Pop, Internet, Dan Fanatisme Pada Remaja (Studi Kasus Terhadap Situs Assian Fans Club Di Indonesia Dalam Perspektif Komunikasi Antar Budaya). *Journal of Communication*.
- Nugraini, E. D. (2016). Fanatisme Remaja Terhadap Musik Populer Korea Dalam Perspektif Psikologi Sufistik (Studi Kasus Terhadap EXO-L). *Skripsi*. Fakultas Ushuluddin UIN Walisongo.
- Patriot, Y. (2001). Hubungan Antara Fanatisme Berpolitik Dengan Agresifitas Kelompok. *Skripsi*. Surabaya. Universitas 17 Agustus 1945.
- Rayner, P., Wall, P., & Kruger, S. (2004). *Media Studies: The Essential Resource*. London & New York: Routledge.

Thorne, S. (2011). An Exploratory Investigation of The Theorized Levels of Consumer Fanaticism. *Market Research: An International Journal*, 14(2), 160–173.