

SURAT TUGAS

Nomor: 441-R/UNTAR/PENELITIAN/VIII/2026

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

1. **AGUSTINA, M.Psi., Psikolog**
2. **LINDA WATI, S.Psi., M.Psi.**

Untuk melaksanakan kegiatan penelitian/publikasi ilmiah dengan data sebagai berikut:

Judul	:	Pengaruh Kecenderungan Celebrity Worship Terhadap Cyberbullying Pada Penggemar Boy Group K-Pop di Media Sosial
Nama Media	:	Jurnal Humanipreneur
Penerbit	:	Ikatan Dosen Katolik Indonesia (IKDKI)
Volume/Tahun	:	5/2/2026
URL Repository	:	https://openjournal.ikdki.org/index.php/humanipreneur/article/view/51

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

10 Agustus 2026

Rektor



Prof. Dr. Amad Sudiro, S.H., M.H., M.Kn., M.M.

Print Security : 2aed53143a920b1dd75d8aafaa8fb67a

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

OFFICE
Jl. Letjen S. Parman No 1, Jakarta Barat 11440

PHONE
+62 21-5671 747 (Hunting)
+62 21-5695 8723 (Admission)

EMAIL
humas@untar.ac.id

WEBSITE
untar.ac.id


Untar Jakarta



openjournal.ikdik.org/index.php/humanipreneur/issue/view/20

Register Login

Current Archives Peer-Review Announcements About + Search

Home / Archives / Vol. 5 No. 2 (2026): (Juli 2026)

Vol. 5 No. 2 (2026): (Juli 2026)

Published: 2026-08-03



Current Issue

- Current Issue
- History
- Focus and Scope
- Section Policies
- Peer Review Process
- Publication Frequency

Summary

History

Focus and Scope

Section Policies

Peer Review Process

Publication Frequency

28°C Cerah

Search

7:15 04/08/2026

openjournal.ikdik.org/index.php/humanipreneur/issue/view/20

Articles

ANALYSIS OF THE IMPACT OF FAMILY OFFICE POLICY ON THE INCREASE OR DECREASE OF SOCIAL INEQUALITY IN INDONESIA: LITERATURE STUDY
VIRGILIA GLORIA VICA, VISHNU GAMA PUTRA JARANGGA, BERNADETH TONGLY 1-21
[pdf](#)

Etika Publik dan Demokrasi di Era FYP: Implementasi Nilai Pancasila Mahasiswa Gen Z dalam Menangkal Hoaks pada Pemilihan Umum 2029
Siva Siva, Narasha Sevinta Rachmad, Nursafira, Anang Dony Irawan 22-38
[pdf](#)

Pengaruh Kecenderungan Celebrity Worship Terhadap Cyberbullying Pada Penggemar Boy Group K-Pop di Media Sosial
Mercya Gabryna, Agustina, Linda Wati 36-42
[pdf](#)

PERAN ETIKA KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK YANG BERTANGGUNG JAWAB
Ananda Azzahra Firdausy, Vlar Puryani, Putri Adelia Premesty, Arya Putra Wibowo, Nadhif Asyraf Pranata 43-49
[pdf](#)

Plagiarism Check

Article Processing Charges

References Management

Accreditation Certificate

Copy Editing and Proofreading

TEMPLATE JURNAL

[Jurnal template](#)

INDEXED BY

Make a Submission

28°C Cerah

Search

7:17 04/08/2026

Pengaruh Kecenderungan Celebrity Worship Terhadap Cyberbullying Pada Penggemar Boy Group K-Pop di Media Sosial

Mercya Gabryna Riezky^{1*}, Agustina², Linda Wati³

¹Faculty of Psychology Universitas Tarumanagara

^{2,3}Master of Professional Psychology Science Universitas Tarumanagara

* mercya.705190229@stu.untar.ac.id

Abstract. Boy group BTS dan EXO adalah Group idol yang berasal dari Korea Selatan dan memiliki banyak penggemar dari seluruh dunia. Para penggemar dari seluruh dunia terhubung dengan sang idola dan penggemar lainnya melalui media sosial. Melalui media sosial informasi positif maupun negatif dengan mudah tersebar, sehingga menjadi pemicu terjadinya perang antar penggemar atau fanwar. Fanwar yang terjadi di media sosial termasuk ke dalam tindakan cyberbullying karena terdapat kata-kata kasar dan negatif. Dalam penelitian ini, salah satu faktor terjadinya fanwar adalah celebrity worship. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur peran celebrity worship terhadap cyberbullying pada penggemar boy group K-Pop di media sosial. Penelitian ini melibatkan 155 responden, yang terdiri dari 152 perempuan dan 3 laki-laki. Alat ukur yang digunakan adalah Celebrity Attitude Scale (CAS) dan Cyberbullying yang dikonstruksi oleh Risyana (2019) dengan mengacu pada aspek-aspek cyberbullying Williard (2007). Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dan jenis penelitian non-eksperimental dengan metode kuantitatif. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan SPSS 27 dengan teknik regresi sederhana antara celebrity worship dan cyberbullying yang memperoleh hasil nilai sig (p) = 0.004 < 0.05. Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa celebrity worship memiliki peran terhadap cyberbullying, dengan nilai sebesar 5.5% dan 94.5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Celebrity Worship, Cyberbullying, Penggemar BTS atau EXO

1. PENDAHULUAN

Musik pop Korea (K-Pop) saat ini telah menjadi salah satu aspek paling terkenal dari Hallyu. Grup musik K-Pop terkenal dengan musiknya yang energik dan koreografi yang disinkronkan dengan sempurna serta penampilan visual menarik dari para anggota grup musik tersebut [4]. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh The Korea Foundation, jumlah penggemar K-Pop di seluruh dunia mengalami peningkatan dari 73,12 juta penggemar menjadi 89,19 juta penggemar [16]. Kumpulan penggemar dari seluruh dunia bergabung di dalam satu komunitas penggemar atau dikenal dengan istilah fandom [14]. Fandom merupakan suatu tempat bagi para penggemar untuk berbagi informasi bersama di media media sosial [5].

Penggunaan media sosial yang semakin luas menimbulkan dampak negatif seperti fitnah, ancaman, pencemaran nama baik, hate speech, dan cyberbullying [12]. Cyberbullying merupakan perilaku bullying di dunia maya, seperti mengirim materi berbahaya dan kejam di internet atau teknologi digital lainnya [17]. Fenomena fanwar antar penggemar BTS (ARMY) dan EXO (EXO-L) sering terlihat di media sosial [8]. Tindakan penyebaran ujaran kebencian

dan fanwar yang dilakukan oleh penggemar K-Pop termasuk ke dalam tindakan cyberbullying [11].

Fenomena fanwar antara ARMY dan EXO-L sering terlihat di media sosial, salah satunya X (Twitter). Pada 15 Juni 2022, akun X (Twitter) dengan username @3inthemrning membagikan foto selfie EXO-L dengan caption: “You look a p!g abandoned by parents who was nothing better in life to do other than obsessing over successful idols who don’t even know ur vgly a\$\$ exist in this world“. Tindakan negatif tersebut banyak ditanggapi oleh penggemar EXO-L yang merasa marah jika teman satu fandomnya dihina, contohnya dari akun @sehundrella: “lu klo gpunya otak jan diliatin bngett goblokk, dia lebih cantik dri pda kelakuan lu”. Contoh fanwar ARMY dan EXO-L diatas sesuai dengan pernyataan Afriany bahwa fanwar yang terjadi antar ARMY dan EXO-L dapat dikategorikan sebagai cyberbullying, karena mengandung kata-kata kasar yang termasuk ke dalam tipe cyberbullying, yaitu flaming [1].

Perasaan obsesi terhadap selebriti atau idola K-Pop merupakan salah satu motivasi individu untuk melakukan tindakan cyberbullying, hal ini terjadi karena adanya perasaan dekat dengan sang idola yang membuat penggemar melakukan perlindungan dan pembelaan secara fanatik [6]. Fenomena fanatisme selebritas disebut dengan istilah celebrity worship. Dalam hal ini, penggemar fanatik memiliki keyakinan, rasa memiliki dan kesetiaan yang sangat kuat serta tidak rasional terhadap selebriti yang mereka sukai [3]. Penggemar dengan tingkat celebrity worship yang berlebihan akan menjadi individu fanatik dan memicu terjadinya perdebatan ke arah negatif. Maka dapat disimpulkan bahwa pemujaan yang berlebihan terhadap selebriti atau idola dapat memicu perilaku cyberbullying [10].

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat peran celebrity worship terhadap cyberbullying pada penggemar boy group K-Pop di media sosial. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya tentang hubungan antara celebrity worship dengan perilaku cyberbullying pada penggemar K-Pop di Instagram menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara celebrity worship dengan perilaku cyberbullying [7]. Adanya hubungan positif antara celebrity worship dengan cyberbullying pada remaja perempuan penggemar K-Pop di Solo Raya [10]. Dengan adanya penelitian yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel celebrity worship dan cyberbullying, serta fenomena fanwar yang sering terjadi antara ARMY dan EXO-L menjadikan salah satu latar belakang penulis untuk meneliti lebih lanjut tentang peranan celebrity worship terhadap cyberbullying di media sosial.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat peran celebrity worship terhadap cyberbullying pada penggemar boy group K-Pop di media sosial?

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif non-eksperimental, dengan menggunakan teknik sampling non probability yaitu purposive sampling. Penelitian ini menggunakan teknik uji regresi linier sederhana untuk mengetahui peran celebrity worship terhadap cyberbullying pada penggemar boy group K-Pop di media sosial.

2.1 Instrumen Penelitian

Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu celebrity worship dan cyberbullying. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel celebrity worship, yaitu Celebrity Attitude Scale (CAS) [9] yang terdiri dai 34 pertanyaan dan diadaptasi ke bahasa Indonesia oleh Lauwhanda

[18] menjadi 31 pertanyaan dan memiliki tiga dimensi, yaitu entertainment social, intense personal feeling, dan borderline pathological. Alat ukur celebrity worship yang digunakan memiliki nilai corrected item total > 0.2 dan diukur menggunakan skala likert 1 sampai 5. Alat ukur yang dipakai untuk mengukur variabel cyberbullying adalah skala yang mengacu pada aspek cyberbullying [17] dan dikonstruksi oleh Risjana [10]. Alat ukur ini memiliki nilai korelasi item total yang bergerak dari 0.334 sampai 0.946 dan memiliki koefisien cronbach alpha sebesar 0.976. Variabel cyberbullying diukur menggunakan skala likert dengan pemberian skor 1 sampai 5 dengan total 33 item pertanyaan dan tujuh dimensi yaitu flaming, harrasment, denigration, impersonation, outing & trickery, exclusion, dan cyberstalking.

2.2 Partisipan Penelitian

Partisipan penelitian ini berjumlah $n = 155$ orang merupakan penggemar perempuan dan laki-laki yang menyukai boy group BTS atau EXO dengan rentang usia 18-25 tahun serta pernah mengikuti fanwar di media sosial. Data partisipan yang diperoleh dalam penelitian ini, sebagian besar berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 152 dan 3 laki-laki.

2.3 Setting dan Peralatan

Penelitian ini dilakukan secara online di media sosial X (Twitter), Instagram, dan Tiktok. Peneliti menggunakan link Google Form untuk menyebarkan kuesioner di media sosial. Link kuesioner tersebut berisi 31 butir pertanyaan dari alat ukur celebrity worship dan 31 butir pertanyaan dari alat ukur cyberbullying. Terbatasnya jumlah penggemar laki-laki di media sosial, menyebabkan peneliti kesulitan mendapatkan partisipan laki-laki. Dalam mengolah data penelitian ini, peneliti menggunakan Microsoft Excel dan aplikasi Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 27.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengujian

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel celebrity worship yang diukur menggunakan skala likert dengan rentang skala 1-5 menunjukkan hasil mean hipotetik sebesar 3 dan mean empirik sebesar 4.0065 ($SD = 0.99673$) pada dimensi entertainment social dengan nilai minimum 1 dan nilai maksimum 5. Dimensi intense personal feeling memperoleh mean empirik sebesar 3.9226 ($SD = 1.07833$) dengan nilai skor minimum 1 dan maksimum 5. Selanjutnya, pada dimensi borderline pathological memperoleh mean empirik 3.2194 ($SD = 1.10648$) serta memiliki nilai skor minimum 1 dan skor maksimum 5.

Pada hasil penelitian variabel cyberbullying yang diukur menggunakan skala likert dengan rentang 1-5 dapat diketahui bahwa mean hipotetik sebesar 3 dan mean empirik sebesar 2.4581 ($SD = 1.19652$) untuk dimensi flaming dengan nilai skor minimum sebesar 1 dan skor maksimum 5. Dimensi harrasment memperoleh mean empirik sebesar 2.9871 ($SD = 1.29428$) dengan nilai skor minimum sebesar 1 dan skor maksimum sebesar 5. Dimensi denigration memperoleh mean empirik sebesar 1.6065 ($SD = 0.97699$) dengan nilai skor minimum sebesar 1 dan skor maksimum sebesar 5. Pada dimensi impersonation memiliki mean empirik sebesar 1.6000 ($SD = 1.14869$) dengan nilai skor minimum sebesar 1 dan skor maksimum sebesar 5. Dimensi outing & trickery memperoleh nilai mean empirik sebesar 1.9419 ($SD = 1.21270$) dengan nilai skor minimum sebesar 1 dan nilai skor maksimum 5. Dimensi exclusion memperoleh mean empirik sebesar 2.3097 ($SD = 1.18742$) dengan nilai skor minimum sebesar 1 dan skor maksimum 5. Dan terakhir, pada dimensi cyberstalking memperoleh mean empirik sebesar 1.6129 ($SD = 0.93550$) dengan nilai skor minimum yang diperoleh sebesar 1 dan skor maksimum sebesar 5. Untuk hasil lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Gambaran variabel celebrity worship

Variabel	N	Min.	Max.	Rerata	Std. Deviasi
Entertainment Social	155	1	5	4.0065	0.99673
Intense Personal Feeling	155	1	5	3.9226	1.07833
Borderline Pathological	155	1	5	3.2194	1.10648

Tabel 2. Gambaran variabel cyberbullying

Variabel	N	Min.	Max.	Rerata	Std. Deviasi
Flaming	155	1	5	2.4581	1.19652
Harrasment	155	1	5	2.9871	1.29428
Denigration	155	1	5	1.6065	0.97699
Impersonation	155	1	5	1.6000	1.14869
Outing & Trickery	155	1	5	1.9419	1.21270
Exclusion	155	1	5	2.3097	1.18742
Cyberstalking	155	1	5	1.6129	0.93550

Peneliti melakukan uji normalitas data menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test pada variabel celebrity worship menampilkan nilai $p = 0.200 > 0.005$ dan pada variabel cyberbullying menunjukkan nilai $p = 0.071 > 0.005$. Berdasarkan hasil uji normalitas tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel celebrity worship dan cyberbullying terdistribusi normal. Untuk hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Hasil uji normalitas

Variabel	p	Keterangan
Celebrity Worship	0.200	Terdistribusi Normal
Cyberbullying	0.071	Terdistribusi Normal

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji regresi linier sederhana, hasil data menunjukkan bahwa variabel celebrity worship memiliki peran yang signifikan terhadap variabel cyberbullying dengan nilai $F = 8.867$, $p = 0.003 < 0.05$ dan nilai $R^2 = 0.055$. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil uji hipotesis

Variabel	F	p	R^2	Keterangan
Celebrity Worship dan Cyberbullying	8.867	0.004	0.055	Memiliki Peran yang Signifikan

Selanjutnya, peneliti melakukan uji regresi variabel celebrity worship terhadap setiap dimensi cyberbullying. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa celebrity worship memiliki peran terhadap dimensi flaming sebesar 6.7% dengan tingkat signifikansi $0.001 < 0.005$, dimensi harrasment sebesar 0.7% dengan tingkat signifikansi $0.292 > 0.005$, dimensi denigration sebesar 1.4% dengan tingkat signifikansi $0.140 > 0.05$, dimensi impersonation sebesar 1.2% dengan tingkat signifikansi $0.183 > 0.05$, dimensi outing & trickery sebesar 5.8% dengan tingkat signifikansi $0.002 < 0.05$, dimensi exclusion sebesar 0.8% dengan tingkat signifikansi $0.264 > 0.05$, dan cyberstalking sebesar 2.2% dengan tingkat signifikansi $0.068 > 0.05$. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Hasil uji regresi

Dimensi	R ²	Sig
Flaming	0.067	0.001
Harrasment	0.007	0.292
Denigration	0.014	0.140
Impersonation	0.012	0.183
Outing & Trickery	0.058	0.002
Exclusion	0.008	0.264
Cyberstalking	0.022	0.068

3.2 Pembahasan

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa adanya peran celebrity worship secara signifikan terhadap cyberbullying. Berdasarkan hasil penelitian yang menyatakan adanya peran celebrity worship terhadap cyberbullying sesuai dengan penelitian Ibadurruhama yang menjelaskan bahwa celebrity worship memiliki peran signifikan terhadap cyberbullying [7]. Selanjutnya, hasil penelitian variabel celebrity worship terhadap dimensi cyberbullying menunjukkan adanya peran yang signifikan antara variabel celebrity worship terhadap dimensi flaming dan outing & trickery.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel celebrity worship memiliki peran terhadap dimensi flaming cyberbullying sesuai dengan penelitian Taufik dan Ramadhani bahwa tindakan flaming yang dilakukan oleh ARMY merupakan bentuk defensif yang berasal dari sifat fanatisme, sehingga para penggemar bersedia melakukan apa saja, termasuk tindakan agresif yang bersifat cyberbullying demi melindungi idolanya [15]. Doxing termasuk ke dalam tipe cyberbullying outing & trickery [2]. Adanya peran variabel celebrity worship terhadap dimensi outing & trickery cyberbullying pada penelitian ini, sejalan dengan hasil penelitian Sari yang menjelaskan bahwa doxing (outing & trickery) yang dilakukan oleh penggemar EXO terhadap seorang jurnalis disebabkan karena adanya perilaku pemujaan yang berlebihan terhadap sang idola dari penggemar EXO [13].

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai peran celebrity worship terhadap cyberbullying, hasil uji regresi menunjukkan bahwa terdapat peran celebrity worship terhadap cyberbullying pada penggemar boy group K-Pop di media sosial. Diketahui bahwa secara keseluruhan celebrity worship berperan sebesar 5.5% terhadap cyberbullying.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian di berbagai media sosial yang lebih bervariasi, seperti Telegram, Line, dan Facebook agar dapat lebih menggambarkan celebrity worship dan cyberbullying di berbagai media sosial. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya lebih memperhatikan keseimbangan jumlah subjek perempuan dan laki-laki.

Diharapkan bagi penggemar K-Pop yang melakukan tindakan cyberbullying di media sosial, terutama pada perilaku flaming dan outing & trickery untuk bisa lebih mengontrol penggunaan kata-kata kasar dan bijaksana dalam menggunakan media sosial. Bagi korban cyberbullying diharapkan selalu waspada dan menyimpan bukti-bukti cyberbullying untuk bisa dilaporkan ke pihak yang berwajib jika sudah di tahap melanggar privasi dan tersebarnya identitas pribadi.

Dalam hal ini, masyarakat juga diharapkan bisa ikut membantu untuk menanggulangi tindakan cyberbullying seperti melaporkan ke pihak berwajib dan masyarakat lebih waspada serta hati-hati dalam menggunakan media sosial agar tidak menjadi pelaku atau korban cyberbullying.

5. REFERENSI

- [1] Afriany, F., Alfarisi, I., Sofa, A., Handayani, A., Sari, E., Luckvaldo, M., & Setih Setio, M.B.S. (2019). Agresi Verbal di Media Sosial Instagram. *Jasiora*, 3(3), 23-30.
- [2] Betts, L.R. (2016). *Cyberbullying Approaches, Consequences, and Interventions*. London: Springer
- [3] Brooks, S.K. (2021). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*, (40) 864-886. 10.1007/s12144-018-9978-4
- [4] Christy, S. (2023). Mengenal fenomena hallyu dan perkembangannya di Indonesia. *Goodnews Indonesia*.
- [5] Fauziah, R., & Kusumawati, D. (2015). Fandom K-Pop idol dan media sosial (Studi deksriptif kualitatif tentang penggunaan media sosial twitter pada hottest Indonesia sebagai followers fanbase @taeckhunID, @2Pmindohottest dan idol account @khunnie0624). 10-16.
- [6] Fauziah, N. (2016). Cyberbullying di Indonesia: analisis kasus Rizky Firdaus Wicaksana alias Uus. Makalah non seminar, 7.
- [7] Ibadurruhman. (2021). Hubungan Antara Celebrity worship Dengan Perilaku Cyberbullying Pada Penggemar Kpop Di Instagram (pp. 1–13). <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/10310>
- [8] Lastriani. (2018). Perang antar fans idol k-pop di media sosial. *Jurnal Emik*, 1(1), 87-100
- [9] Maltby, John., Day, Liz., McCutcheon, Lynn E., Houran, James., & Ashe Diane. (2006). "Extreme Celebrity Worship, Fantasy Proneness and Dissociation: Developing The Measurement and Understanding of Celebrity Worship Within A Clinical Personality Context". *Personality and Individual Differences*, 40(2), 273–283. doi:10.1016/j.paid.2005.07.004
- [10] Pinarsih, C. (2023) Hubungan antara Celebrity Worship dengan Cyberbullying pada Remaja Perempuan Penggemar K-Pop Fandom ARMY di Solo Raya. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Surakarta
- [11] Rahman, J. B., Hidayat, S., & Desintha, S. (2022). Perancangan media edukasi anti-cyberbullying bagi penggemar K-Pop di Indonesia. *E- Proceeding of Art & Design*, 8(5), 3162-3175.
- [12] Rohman, F. (2016). Analisis meningkatnya kejahatan cyberbullying dan hatespeech menggunakan berbagai media sosial dan metode pencegahannya. *Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer Nusa Mandiri*. 383-388.
- [13] Sari, R.P. (2021). Persekusi doxing sebagai pola baru viktimisasi terhadap jurnalis di Indonesia. *Jurnal Deviance, Kriminologi*. 5(1), 68-85.
- [14] Sitoresmi, A. R. (2023). Fandom adalah Komunitas Fans Berat, Pahami Makna dan Perannya di Dunia Hiburan. *Liputan6.com*. Jakarta
- [15] Taufik, H., & Ramadhana, M.R. (2022). Analisis perundungan siber flaming atas komunikasi penggemar BTS di twitter. *Avant Garde; Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 46-66.

- [16] The Korean Foundation. (2019). Korea Foundation:Seogwipo-si. Diakses pada bulan November 2023 melalui <http://ebook.kf.or.kr/contents.jsp?bookid=1833>
- [17] Willard, N. (2007). Educator's Guide to Cyberbullying and Cyberthreats. Online, 1–16.
- [18] Yuniarti, D., & Agustina. (2022). "Hubungan loneliness dengan celebrity worship pada remaja pengguna fan account BTS di Twitter". Jurnal Serina Humaniora, 16(2), hal. 517-524.