



Orbit: Jurnal Ilmu Multidisplin Nusantara

| ISSN (Online) [3064-5883](https://issn.org/3064-5883) |
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
DOI: <https://doi.org/10.63217/orbit.v2i4>



Psychological Well-Being pada Generasi Z Penggemar K-Pop NCT (NCTzen)

Salsa Desembriyanti¹, Sarita Candra Merida², Tugimin Supriyadi³

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia

²Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia

³Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia

Corresponding Author: 202210515080@mhs.ubharajaya.ac.id¹

Abstract: *The Korean Wave (Hallyu) phenomenon has increased the popularity of Korean Pop (K-Pop) in various countries, including Indonesia. One of the K-Pop groups with a large fan base is NCT with a fandom known as NCTzen. Fan activities are not only a means of entertainment, but can also affect an individual's psychological condition. Therefore, this study aims to determine the description of psychological well-being in Generation Z K-Pop NCT fans (NCTzen). This study uses a quantitative approach with a descriptive method. Data collection was carried out using a used try-out method (used try-out) on 120 Generation Z NCT fan respondents. The research instrument used the Psychological Well-Being scale based on Ryff's theory which has been tested for validity and reliability. Data analysis was carried out using descriptive statistics with the help of IBM SPSS Statistics version 27 for Windows. The results showed that 113 respondents (94.2%) had a high level of psychological well-being, 3 respondents (2.5%) were in the medium category, and 4 respondents (3.3%) were in the low category. These findings indicate that the majority of Generation Z NCT fans report good psychological well-being. Activities as NCT fans can be a source of entertainment, emotional support, and motivation, contributing to respondents' psychological well-being.*

Keywords: *Psychological Well-Being, Generation Z, K-Pop, NCT, NCTzen.*

Abstrak: Fenomena Korean Wave (Hallyu) telah meningkatkan popularitas Korean Pop (K-Pop) di berbagai negara, termasuk Indonesia. Salah satu grup K-Pop yang memiliki basis penggemar besar adalah NCT dengan fandom yang dikenal sebagai NCTzen. Aktivitas sebagai penggemar tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga dapat memengaruhi kondisi psikologis individu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran psychological well-being pada Generasi Z penggemar K-Pop NCT (NCTzen). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Pengambilan data dilakukan menggunakan metode try out terpakai (try out terpakai) terhadap 120 responden Generasi Z penggemar NCT. Instrumen penelitian menggunakan skala Psychological Well-Being berdasarkan teori Ryff yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dengan bantuan IBM SPSS Statistics versi 27 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 113 responden (94,2%) memiliki tingkat psychological well-being tinggi, 3 responden (2,5%) berada pada kategori sedang, dan 4 responden (3,3%) berada pada kategori rendah.

Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas Generasi Z penggemar NCT memiliki psychological well-being yang baik. Aktivitas sebagai penggemar NCT dapat menjadi sumber hiburan, dukungan emosional, serta motivasi yang berkontribusi terhadap kesejahteraan psikologis responden.

Kata Kunci: *Psychological Well-Being*, Generasi Z, K-Pop, NCT, NCTzen.

PENDAHULUAN

Korean Wave atau yang dikenal dengan istilah *Hallyu* merupakan fenomena menyebarnya budaya populer Korea Selatan ke berbagai penjuru dunia, yang meliputi beragam produk budaya seperti drama televisi (K-Drama), musik (K-Pop), mode, gaya hidup dan kuliner (Jang & Paik, 2012). Di Indonesia, jenis *Korean Wave* yang paling banyak ditemui adalah musik (K-Pop) dan drama (K-Drama) (Yuliawan & Subakti, 2022). *Korean Wave* sendiri mulai muncul di Indonesia pada awal tahun 2002, yang ditandai dengan penayangan drama Korea di stasiun televisi Indonesia, salah satunya *Endless Love* (Simanjuntak et al., 2022). Berdasarkan survei AGB Nielsen Indonesia yang dimuat dalam Kompas Online 14 Juli 2003, drama tersebut yang ditayangkan di Indosiar pada tahun 2002 berhasil memperoleh rating 10 atau ditonton oleh sekitar 2,8 juta penonton di lima kota besar di Indonesia. Fakta tersebut menjadi bukti bahwa drama Korea mulai mendapatkan perhatian yang cukup besar di Indonesia Nugroho (dalam Putri et al., 2019).

Musik pop Korea atau yang lebih dikenal dengan istilah K-Pop sering digunakan untuk menyebut musik, tarian, ataupun lagu yang dibawakan oleh idol Korea Selatan, baik yang berasal dari *boyband*, *girlband*, maupun solo. Idol K-Pop tidak hanya memiliki visual yang menarik dan mempesona, sehingga K-Pop banyak digandrungi oleh khalayak (Habiba & Simbolon, 2024). Daya tarik K-Pop tidak hanya bersumber dari kualitas musik, tetapi juga dari penampilan visual dan citra idol yang dirancang secara menarik. Daya tarik tersebut terlihat dari konsep yang memengaruhi berbagai aspek seperti pakaian, gaya lagu, peran anggota, hingga estetika video musik yang mampu menciptakan daya tarik visual bagi audiens (Cafirma, 2024). Budaya visual dalam K-Pop juga berperan dalam membentuk identitas dan branding, serta mendorong promosi produk yang dapat memicu konsumsi di kalangan penggemar (Himawan & Prawira, 2024).

Banyaknya penggemar K-Pop di Indonesia juga dapat dilihat dari aktivitas penggunaan Twitter, yang menjadi salah satu media sosial yang sering digunakan oleh penggemar K-Pop dalam kurun waktu 10 tahun terakhir (Kim, 2021). Berdasarkan laporan resmi Twitter, dari total 7,5 miliar cuitan tentang K-Pop dalam periode 1 Juli 2020 hingga 30 Juni 2021, Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara dengan jumlah cuitan terbanyak yang membicarakan K-Pop di dunia (Kim, 2021). Penggemar K-Pop di Indonesia berasal dari berbagai latar belakang dan kelompok usia. Berdasarkan hasil survei IDN Times sebagaimana dikutip dalam Muslimah et al., (2023), diketahui bahwa 40,7% penggemar K-Pop Indonesia berusia 20 hingga 25 tahun, 38,1% dalam rentang usia 15 hingga 20 tahun, 11,9% berusia di atas 25 tahun, serta 9,3% sisanya berada pada rentang usia 10 hingga 15 tahun.

Penggemar K-Pop melakukan berbagai cara untuk menunjukkan dukungan kepada idolanya. Kegiatan yang dilakukan meliputi menyaksikan penampilan idol melalui *live streaming*, membeli tiket konser, membeli *merchandise*, bergabung dalam fandom, melakukan penggalangan dana sebagai bentuk dukungan sosial, hingga merayakan ulang tahun serta memberikan hadiah kepada idol K-Pop (Habiba & Simbolon, 2024). Hasil survei yang dilakukan oleh Nurani, (2017) terhadap 100 penggemar K-Pop menunjukkan bahwa 56% responden menghabiskan waktu 1-5 jam per hari untuk mencari informasi terkait idolanya, sedangkan 28% lainnya menghabiskan lebih dari 6 jam per hari.

Di antara berbagai grup K-Pop yang ada, penelitian ini secara spesifik berfokus pada NCT (*Neo Culture Technology*), grup K-Pop di bawah naungan SM Entertainment yang memulai debut pada tahun 2016. Keunikan NCT terletak pada penerapan konsep sistem unit terbuka (*limitless*), di mana jumlah anggota dapat bertambah secara fleksibel melalui berbagai sub-unit, yaitu NCT

127, NCT Dream, WayV, dan NCT U. Sistem ini menjadikan NCT sebagai salah satu grup dengan jumlah personel terbanyak dalam industry K-Pop (Mahardhika et al., 2023). Komunitas penggemar NCT yang dikenal sebagai NCTzen merupakan salah satu fandom paling aktif, baik di Indonesia maupun di Tingkat global. Sejak 2020, NCT secara konsisten menempati posisi kedua sebagai artis K-Pop yang paling banyak dibicarakan di Twitter Kusumawardani & Agustina, (2022), serta termasuk dalam lima besar grup K-Pop paling disukai di Indonesia dengan Tingkat asosiasi penggemar sebesar 36,49% (Rohmah, 2022).

Selain menjadi bentuk hiburan, keterlibatan individu dalam fandom K-Pop juga dapat memberikan berbagai pengalaman psikologis yang positif. Aktivitas seperti mendengarkan musik, berinteraksi dengan sesama penggemar, mengikuti kegiatan komunitas, serta memperoleh dukungan emosional dari idola dapat membantu individu mengurangi stres, meningkatkan suasana hati, dan menumbuhkan rasa memiliki terhadap suatu kelompok. Oleh karena itu, keterlibatan sebagai penggemar tidak selalu dikaitkan dengan dampak negatif, tetapi juga dapat berkaitan dengan kesejahteraan psikologis (*psychological well-being*) individu.

Psychological well-being (PWB) merupakan kondisi di mana individu mampu berfungsi secara optimal secara psikologis. Menurut Ryff, (2013), *psychological well-being* mengacu pada kondisi ketika individu mampu mengembangkan potensi dirinya secara optimal melalui enam dimensi, yaitu penerimaan diri (*self-acceptance*), hubungan positif dengan orang lain (*positive relations with others*), kemandirian (*autonomy*), penguasaan lingkungan (*environmental mastery*), tujuan hidup (*purpose in life*), dan pertumbuhan pribadi (*personal growth*). Dalam konteks penggemar K-Pop, kesejahteraan psikologis dapat tercermin dari kemampuan individu menikmati aktivitas sebagai penggemar tanpa mengabaikan fungsi, tanggung jawab, maupun keseimbangan dalam kehidupan sehari-hari.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan dalam fandom K-Pop dapat berkaitan dengan kesejahteraan psikologis penggemarnya. Penelitian Laffan, (2021) menemukan bahwa keterlibatan dalam fandom K-Pop berkaitan dengan berbagai luaran psikososial positif, seperti meningkatnya kebahagiaan (*happiness*), harga diri (*self-esteem*), dan keterhubungan sosial (*social connectedness*). Selain itu, penelitian Oktavinita & Ambarwati, (2022) mengenai *psychological well-being* pada penggemar K-Pop dewasa awal menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat *psychological well-being* pada kategori sedang, sementara sebagian lainnya berada pada kategori tinggi dan rendah. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa aktivitas sebagai penggemar tidak selalu memberikan dampak negatif, tetapi juga dapat menjadi sumber dukungan emosional, hubungan sosial, dan pengalaman positif yang berkaitan dengan kesejahteraan psikologis.

Untuk memperkuat fenomena tersebut, peneliti melakukan wawancara pendahuluan dengan tiga cara, yaitu melalui *WhatsApp*, *Google Meet* dan *Direct Message* (DM) Tiktok. Wawancara awal dilakukan terhadap tiga responden melalui *WhatsApp* pada 3-5 April 2026. Wawancara lanjutan terhadap 10 responden dilakukan secara daring melalui *Google Meet* pada Minggu, 12 April 2026 pukul 14.00-15.43 WIB. Selanjutnya, peneliti juga melakukan wawancara tambahan terhadap tujuh orang pada Jumat, 1 Mei 2026 pukul 21.25-22.25 WIB. Total keseluruhan wawancara dilakukan terhadap 20 penggemar K-Pop NCT (NCTzen) perempuan berusia 19-26 tahun.

Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh gambaran bahwa NCT diposisikan sebagai sumber hiburan dan penyemangat. Aktivitas seperti menonton konten maupun mendengarkan musik NCT dilakukan untuk meningkatkan suasana hati, mengurangi rasa bosan, serta menjadi hiburan di waktu luang. Responden tetap mampu memisahkan aktivitas sebagai penggemar dari kehidupan sehari-hari serta memprioritaskan tanggung jawab dalam kehidupan pribadi, akademik, maupun pekerjaan.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa NCT menjadi salah satu sumber dukungan emosional ketika menghadapi kesepian, tekanan, maupun masa-masa sulit. Kehadiran NCT dipandang mampu memberikan semangat ketika menghadapi berbagai permasalahan, membantu memperbaiki suasana hati ketika merasa bad mood atau lelah, serta menjadi salah satu bentuk pelarian dari tekanan yang dihadapi. Selain itu, NCT juga dipandang sebagai bagian

penting dalam kehidupan dan menjadi salah satu sumber motivasi dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa aktivitas sebagai penggemar K-Pop tidak hanya berkaitan dengan hiburan, tetapi juga dapat memberikan pengalaman psikologis yang berhubungan dengan *psychological well-being*. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana gambaran *psychological well-being* pada Generasi Z penggemar K-Pop NCT di Indonesia.

Penelitian mengenai *psychological well-being* pada penggemar K-Pop telah dilakukan oleh beberapa peneliti dan menunjukkan bahwa keterlibatan dalam fandom dapat berkaitan dengan berbagai pengalaman psikologis yang positif. Namun, sebagian besar penelitian tersebut menggunakan penggemar K-Pop secara umum sebagai subjek penelitian. Sementara itu, penelitian yang secara khusus melibatkan penggemar NCT masih sangat terbatas dan umumnya mengkaji *psychological well-being* bersama variabel lainnya, bukan sebagai fokus utama penelitian. Oleh karena itu, penelitian mengenai gambaran *psychological well-being* pada Generasi Z penggemar K-Pop NCT di Indonesia masih perlu dilakukan untuk memberikan informasi yang lebih spesifik mengenai kondisi *psychological well-being* pada fandom NCT.

Mengacu pada penelitian-penelitian sebelumnya, diketahui bahwa kajian mengenai *psychological well-being* telah dilakukan pada berbagai konteks penggemar K-Pop, seperti manfaat psikososial *fanship*, kesejahteraan penggemar, perilaku prososial, regulasi emosi, serta perbedaan *psychological well-being* berdasarkan kelompok generasi. Namun demikian, hingga saat ini masih sangat terbatas penelitian yang secara khusus menggambarkan tingkat *psychological well-being* pada Generasi Z penggemar K-Pop NCT (NCTzen). Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian karena belum tersedia gambaran empiris mengenai *psychological well-being* pada kelompok tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana gambaran *psychological well-being* pada Generasi Z penggemar K-Pop NCT (NCTzen).

METODE

Tipe penelitian ini menggunakan tipe pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang mengolah data dalam bentuk angka menggunakan analisis statistika (Azwar, 2017). Adapun metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena atau karakteristik tertentu secara sistematis berdasarkan data yang diperoleh (Periantalo, 2016). Pada penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan tingkat *psychological well-being* pada Generasi Z penggemar K-Pop NCT (NCTzen) tanpa melakukan pengujian hubungan maupun pengaruh antarvariabel.

Populasi Penelitian

Populasi merupakan suatu lingkup penelitian yang mencakup sejumlah objek dalam jumlah tertentu yang dapat dijadikan bahan kajian oleh peneliti. Objek-objek tersebut memiliki karakteristik yang sesuai dan relevan dengan karakteristik subjek yang menjadi fokus dalam penelitian yang dilakukan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tidak terbatas (*infinity population*), yaitu Generasi Z penggemar K-Pop NCT di Indonesia.

Sampel Penelitian

Menurut Periantalo, (2016) sampel merupakan bagian dari populasi yang dijadikan subjek dalam pengambilan data pada penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah Generasi Z penggemar K-Pop NCT (NCTzen). Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*, karena jumlah populasi Generasi Z Penggemar K-Pop NCT tidak diketahui jumlahnya (*infinite population*). Rumus *Lemeshow* adalah sebagai berikut:

$$= \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

N = jumlah sample

$Z = \text{skor standart rata - rata } 95\% = 1,96$

$P = \text{maksimal estimasi} = 0,5$

$d = \text{sampling error} = 10\%$

Berdasarkan rumus diatas, maka terdapat hasil hitungan:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2} = \frac{1,96 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Berdasarkan hasil penjumlahan rumus Lemeshow di atas, dapat diketahui nilai sampel (n) pada penelitian ini berjumlah 100 orang. Maka acuan peneliti untuk minimum sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *non-probability sampling* yang menggunakan metode *purposive sampling*. *Non probability sample* merupakan sebuah teknik pengambilan sample di mana peluang setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel tidak diketahui (Azwar, 2017). Dengan teknik *purposive sample* menggunakan kriteria khusus terhadap subjek penelitian yang di teliti, yang mana peneliti mencari subjek yang memenuhi kriteria penelitain (Periantalo, 2016). Kriteria responden yang akan diteliti yaitu:

a. Generasi Z (lahir rentang tahun 1997 - 2012)

b. Mengidolakan *Boygroun* NCT

c. Tergabung dalam fandom NCTzen

Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, (2013) instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam proses pengumpulan data sekaligus sebagai alat ukur terhadap variabel-variabel yang menjadi objek penelitian. Jumlah instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian disesuaikan dengan banyaknya variabel yang akan diteliti.

Pada pengukuran variabel *psychological well-being* menggunakan skala likert dengan lima pilihan jawaban yang bertujuan untuk mengukur persepsi setiap penggemar K-Pop NCT, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS) (Setiawati et al., 2013). Pada pernyataan yang bersifat positif (*favorable*), penilaian diberikan dengan skor 5, 4, 3, 2, dan 1, sedangkan pada pernyataan yang bersifat negatif (*unfavorable*), penilaian diberikan dengan skor 1, 2, 3, 4, dan 5.

Tabel 1. Alternatif Jawaban Skala

Alternatif Jawaban	Favorable	Unfavorable
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Penelitian ini menggunakan skala modifikasi dari Azzahra & Adetya, (2025) yang dimodifikasi penulis sesuai dengan kebutuhan penelitian, mengacu pada teori Ryff, (1989) berdasarkan enam dimensi yaitu penerimaan diri (*self acceptance*), hubungan positif dengan orang lain (*positive relationship with others*), kemandirian (*autonomy*), penguasaan lingkungan (*environmental mastery*), tujuan hidup (*purpose in life*), dan pertumbuhan pribadi (*personal growth*). Dalam pernyataan *Ryff's Psychological Well-Being Scale* (RPWB) disusun dalam dua kelompok aitem yaitu aitem *favorable* dan *unfavorable* dan terdiri dengan lima pilihan jawaban *favorable* yaitu, Sangat Setuju (SS) = 5, Setuju (S) = 4, Kurang Setuju (KS) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 1. Penilaian *unfavorable* yaitu, Sangat Setuju (SS) = 1, Setuju (S) = 2, Kurang Setuju (KS) = 3, Tidak Setuju (TS) = 4, dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 5. Alat ukur ini

digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya skor *psychological well-being* yang dimiliki penggemar K-Pop NCT.

Validitas dan Reliabilitas

Validitas

Menurut Azwar, (2012) sebuah alat ukur dianggap valid jika menghasilkan temuan yang akurat untuk suatu pengukuran dan memiliki validitas yang sangat baik. Pada penelitian ini, uji daya beda aitem, menurut Azwar, (2012) adalah prosedur untuk memastikan seberapa baik sebuah aitem dalam sebuah instrument dapat membedakan antara orang yang memiliki bakat atau sifat yang tinggi dan yang rendah berdasarkan apa yang diukur oleh instrument tersebut. Analisis kelompok ekstrem atau indeks diskriminasi digunakan untuk menentukan daya pembeda. Daya pembeda yang baik didefinisikan sebagai butir soal yang memiliki indeks daya pembeda $\geq 0,25$.

Tabel 2. Klasifikasi Indeks Daya Beda

Indeks Daya Beda	Kategori Daya Beda
0.40 – 1.00	Sangat Baik
0.30 – 0.39	Baik
0.20 – 0.29	Cukup
0.10 – 0.28	Kurang
0.00 – 0.09	Tidak Baik

Reliabilitas

Reliabilitas diartikan sebagai konsistensi atau keakuratan hasil ukur, yang mana melihat seberapa konsistensi skor yang dihasilkan tersebut sama apabila diukur pada kurun waktu yang berbeda. Reliabilitas memiliki skor yang bergerak dari 0 sampai 1 menunjukkan 100% konsistensi hasil alat ukur. Secara umum, reliabilitas yang dianggap memuaskan sebesar 0,8. Hal ini pun menunjukkan bahwa 80% hasil pengukuran merupakan skor murni dari subjek dan 20% merupakan error pengukuran yang ikut terukur. Dalam penelitian, skor reliabilitas sebesar 0,70 sudah dinilai memuaskan (Periantalo, 2016).

Tabel 3. Klasifikasi Skor Reliabilitas

Skor	Kriteria
$\geq 0,9$	Sangat Bagus
0,80 – 0,89	Bagus
0,70 – 0,79	Cukup Bagus
0,60 – 0,69	Kurang Bagus
$\leq 0,60$	Tidak Bagus

Analisis Data

Pada penelitian ini Pengolahan data penelitian dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 27 for Windows dan JASP. Tahap awal analisis dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan tingkat *psychological well-being* pada Generasi Z penggemar K-Pop NCT (NCTzen). Penyajian statistik deskriptif meliputi nilai minimum, maksimum, *mean*, standar deviasi, frekuensi, dan persentase.

Selanjutnya, tingkat *psychological well-being* responden dikelompokkan ke dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi berdasarkan norma kategorisasi yang mengacu pada *mean* hipotetik dan standar deviasi hipotetik. Selain itu, dilakukan analisis tabulasi silang (*cross tabulation*) untuk memberikan gambaran tingkat *psychological well-being* berdasarkan karakteristik responden, seperti jenis kelamin, usia, status, lama menjadi penggemar, pemasukan, sumber penghasilan, frekuensi membeli *merchandise*, serta respons terhadap tidak adanya pembaruan dari idola.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden Penelitian

Penelitian ini melibatkan responden yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia dengan jumlah yang telah memenuhi kriteria dan batas minimum sampel yang ditetapkan. Responden merupakan individu berusia – tahun yang mengidentifikasi diri sebagai penggemar NCT. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *psychological well-being* terhadap *celebrity worship*. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan *Google Form* kepada responden yang sesuai dengan karakteristik penelitian.

Tabel 4. Profil Responden Penelitian

Profile		N	Presentase
Jenis Kelamin	Perempuan	103	85.8%
	Laki-Laki	17	14.2%
Usia	14-20	58	48.3%
	21-28	62	51.7%
Status	Mahasiswa	80	66.7%
	Bekerja	29	24.2%
	Mahasiswa dan Bekerja	11	9.2%
Lama Menjadi Penggemar	1-3 Tahun	17	14.2%
	4-6 Tahun	67	55.8%
	7-10 Tahun	36	30.0%
Pemasukan Tiap Bulan	< Rp1.000.000	56	46.7%
	Rp1.000.000 - Rp2.000.000	37	30.8%
	Rp3.000.000 - Rp4.000.000	16	13.3%
	> Rp5.000.000	11	9.2%
Sumber Penghasilan Seberapa Sering Beli Merchandise	Gaji	38	31.7%
	Uang Jajan	82	68.3%
	Tidak Pernah		
	1-2 Kali	6	5.0%
	3-5 Kali	35	29.2%
	6-10 Kali	34	28.3%
	Lebih dari 10 Kali	9	7.5
Respons Terhadap Tidak Adanya Update Idola Dalam Sehari		36	30.0%
	Biasa Saja	39	32.5%
	Merasa ada yang kurang	71	59.2%
	Merasa Gelisah	3	2.5%
	Merasa Sedih atau Kecewa	7	5.8%
	Total	120	100%

Validiitas

Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode *try out* terpakai (uji coba terpakai). Metode ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner hanya satu kali, sehingga data yang telah diperoleh dari responden digunakan sekaligus sebagai data uji coba instrumen dan data penelitian Anasthasia et al., (2020).

Setelah dilakukan uji validitas, terdapat aitem yang valid dan gugur dalam skala *psychological well-being*. Hasil uji validitas tersebut dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 5. Hasil Validitas *Psychological Well-Being*

No	Aspek	Indikator	Sebelum Uji Coba		Sesudah Uji Coba	
			Fav	Unfav	Fav	Unfav
1.	Penerimaan Diri (Self-Acceptance)	Keadaan diri yang dapat diterima sepenuhnya.	1, 2, 3	4, 5, 6	1, 2, 3	4, 5, 6*

2.	Hubungan Positif dengan Orang Lain (Positive Relationship with Others)	Memiliki kemampuan berelasi baik dengan orang lain.	7, 8, 9	10, 11, 12	7, 8, 9	10, 11, 12
3.	Kemandirian (Autonomy)	Kebebasan dalam menentukan tujuan hidup.	13, 14, 15	16, 17, 18	13, 14, 15*	16, 17, 18
4.	Penguasaan Lingkungan (Environmental Mastery)	Dapat mengontrol diri dengan baik dalam menyesuaikan diri.	19, 20, 21	22, 23, 24	19*, 20, 21*	22*, 23, 24
5.	Tujuan Hidup (Purpose in Life)	Memiliki tujuan yang bermakna di dalam hidup.	25, 26, 27	28, 29, 30	25, 26*, 27	28*, 29*, 30
6.	Pertumbuhan Pribadi (Personal Growth)	Keinginan untuk terus berkembang.	31, 32, 33	34, 35, 36	31*, 32*, 33*	34, 35, 36
Total			18	18	11	14

Keterangan: aitem yang gugur adalah aitem yang dengan nilai sig > 0.05

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji validitas menunjukkan terdapat 25 aitem valid dan 11 aitem tidak valid, sehingga 11 aitem tersebut dinyatakan gugur. Dari hasil validitas tersebut maka aitem pada skala *psychological well-being* yang dinyatakan valid sebanyak 25 aitem.

Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, skala *celebrity worship* memperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0.937 yang termasuk dalam kategori sangat bagus dan skala *psychological well-being* memperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0.858 yang termasuk dalam kategori bagus. Merujuk pada teori Periantalo, (2016), skor reliabilitas sebesar 0.70 telah dianggap memuaskan untuk digunakan dalam penelitian. Berikut di bawah ini tabel uraian skor reliabilitas alat ukur:

Tabel 6. Hasil Reliabilitas Skala Penelitian

	Skor Reliabilitas	Keterangan
<i>Psychological Well-Being</i>	0.858	Bagus

Profil Demografis

Jumlah reponden yang berpartisipasi dalam penelitian ini memenuhi jumlah minimum responden yang telah ditentukan melalui hitungan rumus Lemeshow. Kemudian dalam penelitian ini total responden 120 dengan karakteristik penggemar NCT (NCTzen) usia 14 hingga 28 tahun. Berdasarkan hasil perhitungan mean, median dan standar deviasi dari masing-masing variabel dapat terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 7. Profil Demografis

Variabel	Mean	Median	SD
<i>Psychological Well-Being</i>	104.18	107.00	14.422

Berdasarkan Berdasarkan data yang diperoleh, maka didapatkan hasil untuk setiap variabel. Pada variabel *celebrity worship* memiliki nilai mean 48.18, nilai median 52.00 dan nilai standar deviasi 10.961. Sedangkan pada variabel *psychological well-being* memiliki nilai mean 104.18, nilai median 107.00 dan standar deviasi 14.422.

Uji Asumsi Penelitian

Uji asumsi yang telah dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas dengan menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov dengan syarat $p > 0,05$ yang artinya data dapat berdistribusi normal. Berikut di bawah ini hasil uji asumsi:

Tabel 8. Hasil Uji Asumsi	
Uji Normalitas	
<i>Kolmogorov- smirnov</i>	
Sig	<.001
Keterangan	Uji Asumsi Tidak Terpenuhi

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi < 0.001 yang dapat dinyatakan tidak berdistribusi normal. Paramasivam et al., (2024) menjelaskan bahwa data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai $p\text{-value} \geq 0.05$, namun jika nilai $p\text{-value} \leq 0,05$ menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini menyatakan hasil terdistribusi tidak normal.

Tabulasi Silang (Crostab)

Tabel 9. Tabulasi Silang (Crostab) <i>Psychological Well-Being</i>				
Karakteristik Responden	<i>Psychological Well-Being</i>			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Jenis Kelamin				
Perempuan	3	2	98	103
Laki-laki	1	1	15	17
Total	4	3	113	120
Usia				
14-20 Tahun	3	0	57	60
21-28 Tahun	1	3	56	60
Total	4	3	113	120
Status				
Mahasiswa	4	0	76	80
Bekerja	0	2	27	29
Mahasiswa dan Bekerja	0	1	10	11
Total	4	3	113	120
Lama Menjadi Penggemar				
1-3 Tahun	0	1	16	17
4-6 Tahun	3	2	62	67
7-10 Tahun	1	0	35	36
Total	4	3	113	120
Pemasukan Tiap Bulan				
< Rp1.000.000	3	0	53	56
Rp1.000.000 - Rp2.000.000	1	0	36	37
Rp3.000.000 - Rp4.000.000	0	2	14	16
> Rp5.000.000	0	1	10	11

Total	4	3	113	120
Sumber				
Penghasilan				
Gaji	0	3	35	38
Uang Jajan	4	0	78	82
Total	4	3	113	120
Frekuensi Beli				
Merchandise				
Tidak Pernah	0	0	6	6
1-2 Kali	2	1	32	35
3-5 Kali	0	0	34	34
6-10 Kali	2	0	7	9
Lebih dari 10 Kali	0	2	34	36
Total	4	3	113	120
Respons Tidak				
Adanya Update				
Idola Dalam Sehari				
Biasa Saja	2	2	35	39
Merasa ada yang kurang	2	1	68	71
Merasa Gelisah	0	0	3	3
Merasa Sedih atau Kecewa	0	0	7	7
Total	4	3	113	120

Berdasarkan tabel kategorisasi diatas, maka dapat diuraikan bahwa Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, sebagian besar responden, baik perempuan maupun laki-laki, berada pada kategori *psychological well-being* tinggi. Responden perempuan merupakan kelompok terbanyak dalam penelitian ini, dengan 98 orang berada pada kategori tinggi, 3 orang pada kategori rendah, dan 2 orang pada kategori sedang. Sementara itu, pada responden laki-laki terdapat 15 orang berada pada kategori tinggi, 1 orang pada kategori rendah, dan 1 orang pada kategori sedang.

Berdasarkan karakteristik usia, responden berusia 14-20 tahun dan 21-28 tahun sama-sama didominasi oleh kategori *psychological well-being* tinggi. Pada kelompok usia 14-20 tahun terdapat 57 responden berada pada kategori tinggi dan 3 responden pada kategori rendah. Sementara itu, pada kelompok usia 21-28 tahun terdapat 56 responden berada pada kategori tinggi, 3 responden pada kategori sedang, dan 1 responden pada kategori rendah.

Berdasarkan status responden, kelompok mahasiswa merupakan kelompok terbanyak dengan 76 responden berada pada kategori tinggi dan 4 responden pada kategori rendah. Pada kelompok responden yang bekerja terdapat 27 responden berada pada kategori tinggi dan 2 responden pada kategori sedang. Adapun responden yang berstatus mahasiswa sekaligus bekerja didominasi kategori tinggi sebanyak 10 orang dan kategori sedang sebanyak 1 orang.

Berdasarkan lama menjadi penggemar, sebagian besar responden pada seluruh kelompok lama menjadi penggemar berada pada kategori *psychological well-being* tinggi. Kelompok yang telah menjadi penggemar selama 4-6 tahun merupakan kelompok terbanyak, yaitu sebanyak 62 responden berada pada kategori tinggi, 3 responden pada kategori rendah, dan 2 responden pada kategori sedang.

Berdasarkan pemasukan tiap bulan, seluruh kelompok pemasukan didominasi oleh kategori *psychological well-being* tinggi. Kelompok responden dengan pemasukan kurang dari Rp1.000.000 merupakan kelompok terbanyak, yaitu 53 responden berada pada kategori tinggi dan 3 responden pada kategori rendah. Pada kelompok pemasukan Rp1.000.000-Rp2.000.000 terdapat 36 responden berada pada kategori tinggi dan 1 responden pada kategori rendah. Sementara itu, kelompok pemasukan Rp3.000.000-Rp4.000.000 memiliki 14 responden pada kategori tinggi dan 2 responden pada kategori sedang, sedangkan kelompok pemasukan di atas Rp5.000.000 memiliki 10 responden pada kategori tinggi dan 1 responden pada kategori sedang.

Berdasarkan sumber penghasilan, responden yang memperoleh penghasilan dari uang jajan didominasi oleh kategori *psychological well-being* tinggi sebanyak 78 orang, sedangkan 4 orang berada pada kategori rendah. Pada responden yang memperoleh penghasilan dari gaji, sebanyak 35 orang berada pada kategori tinggi dan 3 orang pada kategori sedang.

Berdasarkan frekuensi membeli merchandise, seluruh kelompok frekuensi pembelian didominasi oleh kategori *psychological well-being* tinggi. Kelompok yang membeli merchandise sebanyak 3-5 kali seluruhnya berada pada kategori tinggi, yaitu sebanyak 34 responden. Demikian pula kelompok yang tidak pernah membeli *merchandise*, seluruh responden berada pada kategori tinggi sebanyak 6 orang.

Berdasarkan respons ketika tidak ada update idola dalam sehari, sebagian besar responden berada pada kategori *psychological well-being* tinggi. Responden yang merasa ada yang kurang merupakan kelompok terbanyak, yaitu sebanyak 68 responden berada pada kategori tinggi, 2 responden pada kategori rendah, dan 1 responden pada kategori sedang. Seluruh responden yang merasa gelisah maupun sedih atau kecewa juga berada pada kategori tinggi.

Secara keseluruhan, hasil tabulasi silang menunjukkan bahwa *psychological well-being* responden didominasi oleh kategori tinggi pada hampir seluruh karakteristik responden. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat *psychological well-being* yang baik, meskipun masih terdapat sejumlah kecil responden yang berada pada kategori sedang maupun rendah.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *psychological well-being* pada Generasi Z penggemar K-Pop NCT (NCTzen). Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat *psychological well-being* yang tinggi. Hasil kategorisasi menunjukkan sebanyak 113 responden (94,2%) berada pada kategori tinggi, 3 responden (2,5%) berada pada kategori sedang, dan 4 responden (3,3%) berada pada kategori rendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas Generasi Z penggemar NCT memiliki kesejahteraan psikologis yang baik.

Menurut Ryff, (1989), *psychological well-being* merupakan kondisi ketika individu mampu menerima dirinya, memiliki hubungan positif dengan orang lain, mampu bersikap mandiri, menguasai lingkungannya, memiliki tujuan hidup, serta terus mengembangkan potensi diri. Tingginya *psychological well-being* pada penelitian ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden mampu menjalankan kehidupannya secara positif meskipun aktif sebagai penggemar K-Pop NCT.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Laffan, (2021) yang menyatakan bahwa menjadi penggemar K-Pop dapat memberikan manfaat psikologis berupa meningkatnya kebahagiaan, harga diri, serta keterhubungan sosial. Keterlibatan dalam fandom tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga mampu memberikan dukungan emosional dan rasa memiliki terhadap suatu komunitas sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis penggemar.

Temuan penelitian ini juga didukung oleh Mohd Jenol & Ahmad Pazil, (2020) yang menjelaskan bahwa aktivitas sebagai penggemar K-Pop mampu menjadi media *coping*, memberikan dukungan emosional, serta membantu individu mengurangi stres dalam kehidupan sehari-hari. Bagi sebagian penggemar, musik, konten, maupun interaksi dalam komunitas fandom menjadi sumber semangat ketika menghadapi tekanan akademik maupun pekerjaan.

Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Audrey et al., (2025) yang menjelaskan bahwa aktivitas menggemari K-Pop dapat membantu proses regulasi emosi. Mendengarkan musik, menonton konten idola, maupun berinteraksi dengan sesama penggemar mampu meningkatkan suasana hati, mengurangi rasa kesepian, serta memberikan pengalaman emosional yang positif.

Hasil wawancara pendahuluan yang dilakukan peneliti juga memperkuat temuan tersebut. Sebagian besar narasumber menyatakan bahwa NCT tidak hanya dipandang sebagai hiburan, tetapi juga sebagai *mood booster*, penyemangat, bahkan *support system* ketika

menghadapi tekanan dalam kehidupan sehari-hari. Narasumber juga mengungkapkan bahwa mendengarkan lagu maupun menonton konten NCT membantu mengurangi stres, meningkatkan motivasi, serta memberikan semangat untuk menjalani aktivitas.

Berdasarkan tabulasi silang, mayoritas responden pada seluruh karakteristik, baik berdasarkan jenis kelamin, usia, status, lama menjadi penggemar, pemasukan, sumber penghasilan, frekuensi membeli merchandise, maupun respons terhadap tidak adanya pembaruan dari idola, sama-sama didominasi oleh kategori *psychological well-being* tinggi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kesejahteraan psikologis yang baik dimiliki oleh sebagian besar responden tanpa dipengaruhi secara mencolok oleh karakteristik demografis yang dimiliki.

Meskipun demikian, penelitian ini masih menemukan 7 responden yang berada pada kategori sedang dan rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak semua penggemar memiliki tingkat *psychological well-being* yang sama. Perbedaan tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar penelitian, seperti kondisi keluarga, pengalaman hidup, dukungan sosial, kepribadian, maupun kondisi psikologis masing-masing individu.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menjadi penggemar NCT bukan merupakan faktor yang identik dengan rendahnya kesejahteraan psikologis. Sebaliknya, aktivitas menggemari NCT dapat menjadi salah satu sumber hiburan, motivasi, dukungan sosial, serta regulasi emosi yang membantu Generasi Z mempertahankan *psychological well-being* yang baik.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai gambaran *psychological well-being* pada Generasi Z penggemar K-Pop NCT (NCTzen), dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat *psychological well-being* yang tinggi. Dari 120 responden, sebanyak 113 responden (94,2%) berada pada kategori tinggi, 3 responden (2,5%) berada pada kategori sedang, dan 4 responden (3,3%) berada pada kategori rendah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas Generasi Z penggemar NCT mampu memiliki kesejahteraan psikologis yang baik. Aktivitas sebagai penggemar tidak menghambat responden dalam menjalani kehidupan sehari-hari, melainkan dapat menjadi sumber hiburan, motivasi, dukungan sosial, serta membantu menjaga kondisi psikologis mereka.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian mengenai *psychological well-being* pada penggemar K-Pop dengan menggunakan subjek maupun variabel yang berbeda.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi bagi Generasi Z penggemar K-Pop NCT (NCTzen) mengenai pentingnya menjaga *psychological well-being* agar aktivitas sebagai penggemar tetap memberikan dampak positif dalam kehidupan sehari-hari.

REFERENSI

- Anasthasia, J., Lomboan, E., Psikologi, F., Psikologi, S., Kristen, U., & Wacana, S. (2020). *PERBEDAAN PERILAKU PROSOSIAL DITINJAU DARI JENIS KELAMIN*. <http://jurnal.umk.ac.id/index.php/perseptual>
- Arumugam, S., Jayachander, M., & Joshi, S. (2013). *Psychological Determinants of Well Being Among adolescents*. https://www.researchgate.net/publication/265113329_PSYCHOLOGICAL_DETERMINANTS_OF_WELL_BEING_AMONG_ADOLESCENTS
- Audrey, B., Trisnadewi, P., Amaliyah, S., Program,), Psikologi, S., Bisnis, E., & Humaniora, D. (2025). K-Pop sebagai Mekanisme Regulasi Emosi pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 21, 59–71.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi II*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi Edisi II*. Pustaka Belajar.
- Azzahra, N., & Adetya, S. (2025). *Hubungan Kesejahteraan Psikologis dengan Celebrity Worship Pada Penggemar Korean Wave di Kota Bekasi*.

- Cafirma, R. (2024). *Visual Attraction of K-Pop: A Correlational Study on Visual Aspects of K-Pop Music Videos*. www.JSR.org/hs
- Dewi, K., & Musni, R. (2025). Perbedaan Kesejahteraan Psikologis pada Penggemar K-Pop Generasi Y, Z, dan Alpha Differences in Psychological Well-Being in Generation Y, Z and Alpha K-Pop Fans. *INSIGHT: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(2), 409–422.
- Habiba, A. L., & Simbolon, H. (2024). Hubungan Antara Psychological Well Being Dengan Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop Di Indonesia The Relationship Between Psychological Well Being and Celebrity Worship in K-Pop Fans in Indonesia. *Jurnal Social Library*, 4(3). <https://doi.org/10.51849/sl.v4i3.310>
- Himawan, A. H., & Prawira, N. G. (2024). Estetika Visual dalam Industri Hiburan Korea: Analisis Budaya Populer Y2K dalam KPop Group NewJeans. *GESTALT*, 6(1), 51–60. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v6i1.174>
- Huppert, F. A. (2009). Psychological Well-being: Evidence Regarding its Causes and Consequences†. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 1(2), 137–164. <https://doi.org/10.1111/j.1758-0854.2009.01008.x>
- Jang, G., & Paik, W. K. (2012). Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy. *Advances in Applied Sociology*, 02(03), 196–202. <https://doi.org/10.4236/aasoci.2012.23026>
- Khalda, F., & Dwarawati, D. (2026). Pengaruh Perilaku Prosocial terhadap Psychological Well-Being Penggemar K-Pop. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 6(1), 107–116. <https://doi.org/10.29313/bcsps.v6i1.21980>
- Kim, Y. (2021, July 30). *K-pop kembali cetak rekor dengan 7,5 milyar Tweet*. Twitter Blog / X Blog.
- Kusumawardani, V., & Agustina. (2022). Perilaku Celebrity Worship dan Psychological Well-Bing Pada Remaja Penggemar NCT di Masa Pandemi. *Versi Cetak*, 6(3), 625–633. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v6i3.19442>
- Laffan, D. A. (2021). Positive Psychosocial Outcomes and Fanship in K-Pop Fans: A Social Identity Theory Perspective. *Psychological Reports*, 124(5), 2272–2285. <https://doi.org/10.1177/0033294120961524>
- Mahardhika, L., Evita Santi, D., & Ananta, A. (2023). *Agresi Verbal pada Remaja Penggemar K-Pop NCT: Adakah hubungan dengan Celebrity Worship dan Psychological Well-being* (Number 2).
- Mohd Jenol, N. A., & Ahmad Pazil, N. H. (2020). Escapism and motivation: Understanding K-pop fans well-being and identity. *Malaysian Journal of Society and Space*, 16(4). <https://doi.org/10.17576/geo-2020-1604-25>
- Muslimah, I. H. P., Rosalina, A., Khairani, A., Desiderawi, M., Loviona, L., & Sari, L. (2023). Identitas sosial dan perilaku prososial pada anggota fandom K-Pop. *Journal of Indonesian Psychological Science (JIPS)*, 3(1), 310–320. <https://doi.org/10.18860/jips.v3i1.21061>
- Nurani, N. (2017, January 6). *Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan Bumbu Remaja*. Kumparan.
- Oktavinita, P. A., & Ambarwati, K. D. (2022). *Psychological Well-Being on Celebrity Worship Levels in Early Adult Korean Pop (K-Pop) Fans*.
- Paramasivam, Ganesh, Rao Ramachandra, Indu, Prabhu A, & Mukund. (2024). *Normality Testing in Statistics: What Clinician-Researchers Should Know*. <https://www.scribd.com/document/969071479/Normality-Testing-in-Statistics-What-12>
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Pustaka Belajar.
- Putri, I. P., Dhiba, F., Liany, P., & Nuraeni, D. R. (2019). *K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia*. 3(1), 68–80.
- Rohmah, F. (2022, December 30). *Riset: Mayoritas Responden Sebut K-Pop Bantu Hilangkan Stres*. Tirto.id.
- Ryff, C. D. (1989). Happiness Is Everything, or Is It? Explorations on the Meaning of Psychological Well-Being. In *Journal of Personality and Social Psychology* (Vol. 57, Number 6).
- Ryff, C. D. (2013). Psychological well-being revisited: Advances in the science and practice of eudaimonia. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 83(1), 10–28. <https://doi.org/10.1159/000353263>

- Setiawati, F. A., Mardapi, D., Azwar, S., Thurstone Dan Likert, T., & Agus Setiawati, F. (2013). *Penskalaan Teori Klasik Instrumen Multiple Intelligences*.
- Shapiro, S. S., & Wilk, M. B. (1965). Biometrika Trust An analysis of variance test for normality (complete samples)t. In Source: *Biometrika* (Vol. 52, Number 3).
- Simanjuntak, F. A., Hambali, & Primahardani, I. (2022). Studi Tentang Dampak Korean wave Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Riau. *JSER Journal of Science and Education Research*, 1(2). <https://jurnal.insanmulia.or.id/index.php/jser/>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wells, A. (2010). Metacognitive Theory and Therapy for Worry and Generalized Anxiety Disorder: Review and Status. *Journal of Experimental Psychopathology*, 1(1). <https://doi.org/10.5127/jep.007910>
- Yuliawan, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). *Pengaruh Fenomena Korean Wave(K-Pop dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam*. 18(01), 1829–6491. <https://doi.org/10.20414/jpk.v18i1.5195>