

Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop

Ni Luh Theresya Putri¹, Resekiani Mas Bakar², Andi Nasrawati Hamid³

^{1,2,3}Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar

E-mail: niluh.theresya8@gmail.com¹, resekiyani_masbakar@unm.ac.id², andinasrawaty19@gmail.com³

Article History:

Received: 07 Juni 2023

Revised: 12 Juni 2023

Accepted: 17 Juni 2023

Keywords: *Kontrol Diri, Penggemar K-Pop*

Abstract: *Perkembangan K-Pop yang semakin pesat menimbulkan pengaruh bagi perilaku penggemarnya salah satunya, yaitu timbulnya perilaku konsumtif penggemar K-Pop dalam membeli merchandise. Kontrol diri menjadi salah faktor yang mempengaruhi terjadinya perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop. Partisipan pada penelitian ini adalah penggemar K-Pop yang berusia 15-21 tahun dan menyukai minimal satu artis K-Pop sebanyak 200 orang. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop ($p = 0.001$, $r=0,055$). Penelitian ini menggambarkan bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini berimplikasi bagi bidang psikologi industri dan organisasi, serta bagi penggemar K-Pop menyadari pentingnya kontrol diri dalam menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku dalam membeli merchandise K-Pop*

PENDAHULUAN

Fenomena *korean wave* atau Hallyu menawarkan hiburan Korea, seperti drama, musik pop, animasi, game dan sejenisnya. *Korean wave* menarik banyak perhatian dari seluruh dunia. Asia Tenggara merupakan salah satu yang menarik penggemar pada pertengahan 2000-an. Popularitas drama dan musik Korea memengaruhi kehidupan masyarakat secara luas, tidak terkecuali di Indonesia (Wijayanti, 2012). Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki penggemar dengan basis besar. Pada tahun 2019, *Twitter* memublikasikan daftar negara yang paling banyak *men-tweet* terkait artis korea khususnya K-Pop. Indonesia berada pada peringkat ke-3 setelah Thailand dan Korea Selatan (Won So, 2020). Loyalitas dari penggemar K-Pop dilakukan melalui berbagai kegiatan berbelanja *merchandise* seperti *photocard*, *lightstick*, poster hingga *goodies*. Penggemar K-Pop rela mengeluarkan uang ratusan ribu rupiah hingga puluhan juta rupiah atas dasar cinta dan loyalitas terhadap idolanya. Namun, kegiatan tersebut kadang hanya berdasar pada hasrat dan kepuasan semata meskipun berkaitan dengan idolanya (Pertiwi, 2013).

Aktifitas berbelanja *merchandise* K-Pop tersebut umumnya terjadi dikalangan remaja yang menggemari K-Pop. Remaja secara psikologis masih berada dalam proses perkembangan dan

sensitif terhadap pengaruh luar sehingga menyebabkan perilaku konsumtif (Sumartono, 2002). Hasil penelitian di beberapa kota besar Indonesia menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja. Sebesar 60% remaja di D.I Yogyakarta memiliki kecenderungan konsumtif, kemudian di D.K.I Jakarta memiliki persentase 48,9% remaja juga memiliki kecenderungan perilaku konsumtif, sedangkan Medan memiliki persentase tertinggi sebesar 64,64% (Maula & Kustanti, 2020). Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang yang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001). Adapun aspek-aspek pada perilaku konsumtif meliputi pemenuhan keinginan, barang diluar jangkauan, barang yang sifatnya tidak produktif, dan pemenuhan status sosial (Haryana, 2020). Sedangkan, berdasarkan sudut pandang peneliti lain, aspek-aspek perilaku konsumtif meliputi pembelian impulsif, pembelian tidak rasional dan pemborosan (Engel, Blackwell & Miniard, 2002). Berdasarkan aspek-aspek tersebut dapat dilihat bahwa ciri-ciri yang memengaruhi meliputi membeli karena ingin mendapatkan bonus yang ditawarkan, membeli karena kemasan yang menarik, membeli karena gengsi sosial, membeli karena potongan harga dan membeli barang karena idola (Sumartono, 2002).

Berdasarkan hasil survei awal peneliti terhadap 98 responden, menunjukkan bahwa alasan remaja membeli *merchandise* yaitu, sulitnya menahan keinginan besar dalam membeli barang. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Suviona (2020) menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Semakin rendah kontrol diri remaja maka semakin tinggi perilaku konsumtif, begitupun sebaliknya. Penggemar K-Pop umumnya memiliki kecenderungan tidak dapat mengontrol perilaku konsumtif terhadap *merchandise* (Nisrina, Widodo, Lessari & Rahmaji, 2020). Salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif adalah kontrol diri. Kontrol diri merupakan kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan perilaku pada konsekuensi yang sifatnya positif. Namun, remaja yang masih dalam proses perkembangan dengan emosi labil masih sulit dalam melakukan kontrol diri sehingga mengarahkan pada konsekuensi negatif (Ghuffron & Risnawita, 2011). Penggemar K-Pop mengalami kesulitan dalam mengendalikan dorongan (kontrol diri) yang ditimbulkan oleh stimulus lingkungan saat melakukan pembelian *merchandise* yang menimbulkan perilaku konsumtif (Amalia, 2019). Adapun aspek-aspek pada kontrol diri meliputi kontrol perilaku, kontrol kognitif dan mengontrol keputusan (Ghuffron dan Risnawita, 2011). Selain itu, faktor yang dapat memengaruhi kontrol diri meliputi faktor internal seperti usia dan faktor eksternal seperti lingkungan.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, dapat dikemukakan bahwa kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu dalam mengendalikan emosi serta dorongan dari dalam diri khususnya dalam perilaku konsumtif. Penggemar K-Pop dengan kontrol diri rendah menimbulkan perilaku konsumtif yang tinggi (Ghuffron & Risnawita, 2011). Sejalan dengan hal tersebut, gaya hidup, kontrol diri dan literasi keungan memiliki keterkaitan satu sama lain (Haryana, 2020). Selain itu, kontrol diri tinggi pada individu mampu memberikan persentase yang lebih kecil terhadap perilaku konsumtif (Amalia, 2019). Berdasrkan latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti ingin riset lebih jauh mengenai pengaruh kontrol diri terhadap sikap konsumtif pada penggemar K-Pop.

METODE PENELITIAN

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif, Perilaku konsumtif yang dimaksud dalam penelitian ini ialah sikap seseorang dalam melakukan tindakan mengkonsumsi barang secara berlebihan tanpa pemikiran matang dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada faktor kebutuhan. Variabel Perilaku Konsumif diukur menggunakan skala *Likert*

berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Engel, Blackwell & Miniard (2002).

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kontrol diri, Kontrol Diri yang dimaksud dalam penelitian ini ialah kemampuan seseorang dalam mengendalikan, memimbing, mengatur, dan mengarahkan tingkah laku dengan melakukan pertimbangan-pertimbangan yang akhirnya akan menghasilkan konsekuensi positif. Variabel Kontrol Diri diukur menggunakan skala *Likert* berdasarkan teori yang dikembangkan oleh averill (Ghuffron dan Risnawita, 2011).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 200 penggemar K-Pop. Karakteristik populasi penelitian adalah remaja yang menjadi penggemar K-Pop yaitu yang berusia 15-21 tahun, mengidolakan dan menyukai minimal satu artis K-Pop. Teknik pengambilan sampel adalah *accidental sampling*. Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Peneliti menggunakan skala *Likert* sebagai instrument pengumpulan data yang terdiri dari dua buah skala yaitu, Skala Kontrol Diri dan Skala Perilaku Konsumtif.

Skala Kontrol diri sebanyak 22 aitem disusun peneliti berdasarkan aspek-aspek kontrol diri menurut averill (Ghuffron dan Risnawita, 2011), yaitu kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), dan mengontrol keputusan (*decisional control*). Skala Perilaku Konsumtif sebanyak 8 aitem mengacu pada skala dalam penelitian Isna Amalia (2019) yang disusun berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell & Miniard (2002), yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*), pembelian secara tidak rasional (*non rational buying*) dan pemborosan (*wasteful buying*).

Reliabilitas skala *alpha* yang diperoleh dari hasil penelitian terhadap skala perilaku konsumtif yang diberikan kepada 200 subjek yang terdiri dari 8 aitem dan memiliki nilai *cronbach's Alpha* sebesar 0,775 yang berarti bahwa skala perilaku konsumtif memiliki reliabel yang cukup bagus atau dapat dipercaya. Reliabilitas skala kontrol diri yang diberikan kepada 200 subjek terdiri dari 22 aitem memiliki nilai *cronbach's Alpha* sebesar 0,864 yang berarti bahwa skala kontrol diri memiliki reliabel yang cukup bagus atau dapat dipercaya.

Validasi skala penelitian ini menggunakan pendapat *professional judgement* kemudian dilakukan analisis aitem pada variabel kontrol diri menggunakan rumus Aiken's V. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji analisis deskriptif, uji asumsi dan uji hipotesis ($p > 0,5$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Analisis Deskriptif

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 200 orang yang terdiri dari 185 perempuan dan 15 laki-laki, berusia 15-21 dan penggemar K-Pop di Makassar.

Tabel 1. Deskripsi data demografi responden

Karakteristik	Frekuensi	Presentase (%)
Usia		
15-17	36	18%
18-21	164	82%
Jenis Kelamin		
Perempuan	185	92,5%
Laki-laki	15	7,5%

Pendidikan		
SMP	4	4%
SMA	50	25%
Mahasiswa	146	73%
Fansclub		
1 Fandom	62	31%
Multifandom	138	69%

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat 164 responden berusia 18-21 tahun (82%) dan 36 responden berusia 15-17 tahun (18%). Berdasarkan jenis kelamin terdapat 185 responden berjenis kelamin perempuan (92,5%) dan 15 responden berjenis kelamin laki-laki (7,5%) yang terlibat dalam penelitian ini. Berdasarkan pendidikan terdapat 4 (4%) responden berada dijenjang SMP, 50 (25%) responden di jenjang SMA, dan 146 (73%) responden di jenjang mahasiswa yang terlibat dalam penelitian ini. Berdasarkan *fansclub* terdapat 62 (31%) responden hanya mengikuti 1 fandom dan 138 (69%) responden menjadi multifandom yang artinya responden mengikuti lebih dari satu fandom.

2. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data pada penelitian ini merupakan hasil dari skor responden dan alat ukur (skala) yang digunakan dalam penelitian. Deskripsi tersebut meliputi skor minimal (*min*), maksimal (*max*), rata-rata (*mean*) dan standar deviasi (SD). Kategorisasi dan interpretasi responden pada penelitian ini menggunakan hipotetik.

Tabel 2. Deskripsi Data Hipotetik Skala Perilaku Konsumtif

Variabel	Hipotetik			
	Min	Max	Mean	SD
Perilaku Konsumtif	8	32	20	4

Selain itu, presentasi skor kategorisasi dan interpretasi skor perilaku konsumtif, sebagai berikut:

Tabel 3. Kategorisasi Dan Interpretasi Skor Perilaku Konsumtif

Interval	Frekuensi	Presentase (%)	Kategori
$X < 16$	7	3,5	Rendah
$16 \leq X < 24$	150	75	Sedang
$X > 24$	43	21,5	Tinggi
Total	200	100	

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa terdapat 7 (3,5%) responden memiliki tingkat perilaku konsumtif rendah, 150 (75%) responden memiliki tingkat perilaku konsumtif sedang dan 43 (21,5%) responden memiliki tingkat perilaku konsumtif tinggi.

Deskripsi data hipotetik pada skala kontrol diri adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Deskripsi Data Hipotetik Skala Kontrol Diri

Variabel	Hipotetik			
	Min	Max	Mean	SD
Kontrol Diri	22	88	55	11

Selain itu, presentasi skor kategorisasi dan interpretasi skor kontrol diri, sebagai berikut:

Interval	Frekuensi	Presentase (%)	Kategori
$X < 44$	28	14	Rendah
$44 \leq X < 66$	102	51	Sedang

X > 66	70	35	Tinggi
Total	200	100	

Tabel 5. Kategorisasi dan interpretasi skor kontrol diri

Berdasarkan tabel 5. Menunjukkan bahwa terdapat 14 (14%) responden memiliki tingkat kontrol diri rendah, 102 (51%) responden memiliki tingkat kontrol diri sedang dan 70 (35%) responden memiliki tingkat kontrol diri tinggi.

3. Uji Asumsi

Uji normalitas data penelitian menggunakan *One Sample Kolmogrov Smirnov Test* melalui bantuan program *SPSS 26 for windows* menunjukkan bahwa nilai *exact sig. 2 tailed* $0,329 > 0,05$ yang berarti data dapat dikatakan berdistribusi normal. Selain uji normalitas, terdapat uji linearitas pada penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS 26 for windows* menunjukkan bahwa nilai *linearity* sebesar $0,000$ sehingga dapat disimpulkan data variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linear.

4. Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop dengan $r = -0,006$ ($p = 0,000$), sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima. Nilai koefisien kontrol diri negatif artinya kontrol diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Sehingga, makin tinggi kontrol diri maka makin rendah perilaku konsumtif sebaliknya makin rendah kontrol diri maka makin tinggi perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop.

Selain uji hipotesis, peneliti melakukan uji korelasi terhadap aspek-aspek kontrol diri pada perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil uji korelasi menunjukkan bahwa pengaruh paling tinggi terdapat pada aspek mengontrol keputusan sebesar $0,254$ (*r-square* $0,064$). Hal ini menunjukkan hubungan yang signifikan dan aspek mengontrol keputusan memberikan sumbangan sebesar $6,4\%$.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop. Artinya semakin tinggi kontrol diri maka makin rendah perilaku konsumtif begitupun sebaliknya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Anggreini dan Mariyanti (2014) bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif artinya perilaku konsumtif sangat bergantung pada tingkat kontrol diri yang dimiliki individu.

Pembelian *merchandise* K-Pop banyak dilakukan untuk memenuhi rasa puas dan keinginan untuk memiliki barang sehingga penggemar K-Pop melakukan apapun termasuk menghabiskan uang untuk mengoleksi segala sesuatu yang berhubungan dengan idolanya sehingga mengakibatkan penggemar K-Pop belum mampu mengendalikan diri dengan baik. Penggemar K-Pop yang berada pada usia remaja membutuhkan kontrol diri yang baik untuk mengatur perilaku belanja yang sesuai dengan kebutuhan dan bukan hanya untuk memuaskan keinginan.

Penelitian yang dilakukan Nofsiger (2005) menjelaskan bahwa seseorang yang mengontrol pengeluarannya dengan menjauhi keinginan atau dorongan untuk membelanjakan uang secara berlebihan dengan kata lain membelanjakan uang berdasarkan kebutuhan bukan keinginan. Perilaku konsumtif berhubungan dengan kontrol kognitif pada individu, artinya ketika seorang individu mampu berpikir secara rasional maka akan dapat mengontrol perilaku untuk melakukan pembelian yang berlebihan (Faizah, 2021). Remaja secara psikologis masih berada dalam proses perkembangan dan sensitif terhadap pengaruh luar sehingga menyebabkan perilaku konsumtif (Sumartono, 2002). Oleh karena itu remaja membutuhkan kemampuan untuk mengarahkan dan mengatur perilaku dalam mengambil keputusan membeli.

Berdasarkan teori *low self control* Travis Hirschi & Gottfredson (dalam Strayhorn, 2002) menjelaskan bahwa individu dengan kontrol diri yang rendah memiliki kecenderungan untuk menjadi impulsif, konsumtif, senang berperilaku beresiko dan berpikiran sempit. Individu yang memiliki kontrol diri rendah berpotensi menjadi konsumtif karena individu tidak mampu memandu, mengarahkan, dan mengatur perilaku. Maka dalam hal ini, kontrol diri yang tinggi diperlukan untuk menekan perilaku konsumtif karena hal tersebut mampu membantu penggemar K-Pop mengendalikan perilaku termasuk mempertimbangkan aspek kebutuhan dalam melakukan pembelian.

Penggemar K-Pop yang berada pada usia remaja membutuhkan kontrol diri yang baik untuk mengatur perilaku belanja yang sesuai dengan kebutuhan dan bukan hanya untuk memuaskan keinginan. Berdasarkan uji korelasi yang dilakukan pada aspek kontrol diri terhadap perilaku konsumtif menunjukkan bahwa aspek yang memberikan sumbangan terbesar adalah aspek mengontrol keputusan. Artinya, penggemar K-Pop diharapkan mempunyai kontrol diri yang tinggi agar dapat membantu membuat suatu pertimbangan dan keputusan dalam membeli antara kebutuhan dan keinginan karena kontrol diri merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sifat kepribadian yang membawa pengaruh terhadap perilaku individu dalam melakukan pembelian dan penggunaan barang serta jasa (Tripambudi & Indrawati, 2018).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop. Semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh sebanyak 5,5% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan 94,5% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti usia, jenis kelamin, motivasi, konformitas dan gaya hidup.

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi penggemar K-Pop
 Dalam melakukan pembelian *merchandise* dan pernak-pernik idola sebaiknya dilakukan dengan sesuai kebutuhan saja. Sebelum membeli sebaiknya penggemar K-Pop melakukan perencanaan pembelian dengan baik dan mengingat kondisi keuangan dikarenakan remaja belum memiliki penghasilan yang tetap. Selain itu remaja penggemar K-Pop meningkatkan kontrol diri dengan cara membuat daftar prioritas agar tidak boros dan menghindari perilaku konsumtif.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya yang tertarik meneliti tentang perilaku konsumtif agar mengaitkan variabel lain atau faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, motivasi, konformitas dan gaya hidup yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif selain daripada variabel kontrol diri.

DAFTAR REFERENSI

- Amalia, I. (2019). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop dewasa awal. *Skripsi* Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2002). *Perilaku konsumen* (ed. keenam jilid 2). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Faizah, N. (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir penggemar K-Pop di DKI Jakarta. *Skripsi* Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ghufron, M. N., dan Risnawati. R. (2011). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta : Ar Ruzz Media.
- Haryana, R.D. (2020). Pengaruh *life style, self control dan financial literacy* terhadap perilaku

- konsumtif mahasiswa melakukan online shopping. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi* 16 (1)
- Maula, Z., Kustanti, E. R. (2020). Hubungan antara psychological well being dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada siswa pengguna Go-Pay yang menggunakan promo cashback di SMA Negeri 2 Semarang. *Jurnal Empati* 8 (3).
- Nisrina, D., Widodo, I. A., Larassari, I. B., Rahmaji, F. (2020). Dampak konsumerisme budaya korea (Kpop) di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. *Jurnal Penelitian Humaniora* 21 (1).
- Nofsinger, John R. (2005). *Psychology of Investing, Edisi Kedua*. New Jersey: Prentice –Hall Inc.
- Pertiwi, S. A. (2013). Konformitas dan fanatisme pada remaja korean wave (Penelitian pada komunitas super junior fans club ELF “Ever Lasting Friend”) di Samarinda. *EJournal Psikologi* 1 (1).
- Strayhorn, J. (2002). Self control: Theory and Research. *Journal of American of Child and Adolescent Psychiatry* 41 (1).
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suviona (2020). Consumptive behavior is reviewed from self-control on adolescents in WR. Suparatman high school. *Journal of Psychology Prima* 3 (1).doi: 10.340.12/psychoprime.v3i1.1324
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, R. (2001). Remaja dan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat* 1 (1).
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 7(2).
- Wijayanti, A. A. (2012). Hallyu: youngstres fanaticism of Korean pop culture (study of hallyu fans Yogyakarta City). *Jurnal Sosiologi* 1 (1).
- Won So. 2020. *Distribution of K-pop views on YouTube Worldwide as of June 2019, by country*. Statista. Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/1106704/south-korea-kpop-youtube-views-by-country> pada 12 september 2021
-