



The Relationship Between Celebrity Worship and Hedonistic Lifestyle in K-Pop Students

Aurelia Dwy Kartika^{1*}, Zahra Aulia², Mezia Amelia Azwiry³, Salsabila Agustina⁴

Universitas Negeri Padang

Corresponding Author: Aurelia Dwy Kartika aureliadwy22@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords : Hedonism,
Celebrity worship, Student

Received : 09, Februari

Revised : 22, Februari

Accepted: 26, Maret

©2024 kartika, Aulia, Azwiry, Agustina : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

This study aims to determine the relationship between celebrity worship and hedonism lifestyle in K-Pop fan students. The hypothesis in this study is that there is a relationship between celebrity worship and hedonistic lifestyles in K-pop fan students. The subjects in this study are students who are still actively studying in the city of Padang with an age range of 17-25 years. This study used Rank Spearman technique to collect data from student K-Pop fans. Data were obtained using hedonism and celebrity worship lifestyle scales. The results showed a relationship between celebrity worship and a hedonic lifestyle. Celebrity worship and hedonic lifestyle are interconnected, if celebrity worship is higher, the higher the hedonic lifestyle. So, if you have celebrity worship, it will affect the hedonistic lifestyle.

Hubungan Celebrity Worship Dengan Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswa Penggemar K-Pop

Aurelia Dwy Kartika^{1*}, Zahra Aulia², Mezia Amelia Azwiry³, Salsabila Agustina⁴

Universitas Negeri Padang

Corresponding Author: Aurelia Dwy Kartika aureliadwy22@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Hedonis, Celebrity worship, Mahasiswa

Received : 09, Februari

Revised : 22, Februari

Accepted: 26, Maret

©2024 kartika, Aulia, Azwiry, Agustina : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara celebrity worship dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa penggemar K-Pop. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan antara celebrity worship dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa penggemar K-pop. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif berkuliah di kota Padang dengan rentang usia 17-25 tahun. Penelitian ini menggunakan teknik Rank Spearman untuk mengumpulkan data dari mahasiswa penggemar K-Pop. Data diperoleh dengan menggunakan skala gaya hidup hedonisme dan celebrity worship. Hasil penelitian menunjukkan terdapat adanya hubungan antara celebrity worship dan gaya hidup hedonis. Celebrity worship dan gaya hidup hedonis saling berhubungan jika celebrity worship semakin tinggi maka semakin tinggi pula gaya hidup hedonisnya.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini menyebabkan mudah masuknya budaya asing ke Indonesia, salah satunya budaya Korea. Terdapat dampak dari masuknya budaya Korea ke Indonesia yang biasa dikenal sebagai Korean Wave atau Hallyu (Driana & Indrawati, 2021). Korean Wave merupakan hal-hal tentang Korea yang menjadi bagian penting dalam budaya populer di Indonesia seperti, fashion, make up dan skincare, kuliner, teknologi, lokasi wisata, musik (K-Pop), konten drama (K-Drama), hingga akulturasi dengan budaya populer Indonesia (Putri dkk., 2019). Menurut Septyarti (2011) dalam Januar (2023) Hallyu merupakan istilah yang pertama kali digunakan oleh media di Tiongkok untuk menggambarkan penyebaran global budaya Korea, termasuk film, drama, musik, dan mode, yang telah menyebar ke seluruh dunia.

K-Pop merupakan salah satu unsur budaya Korea yang memperoleh popularitas tinggi di kalangan remaja. K-Pop berhasil menarik perhatian para remaja Indonesia dengan penampilan artis yang menawan, baik dari segi wajah, make-up, maupun fashion yang terlihat menarik di kalangan masyarakat. Sementara itu, remaja Indonesia menyukai musik K-Pop karena musiknya mudah dinikmati dan sesuai dengan selera para remaja. K-Pop adalah genre musik yang kaya akan variasi, mulai dari pop, R&B, EDM, Ballad, dan lainnya. Grup K-Pop biasanya terdiri dari banyak anggota, mulai dari 4 hingga 23 anggota, seperti EXO, NCT, dan AESPA (Aris dkk., 2023).

Dalam mengungkapkan cinta mereka kepada idola, penggemar K-pop sering berlebihan, bahkan dianggap obsesif, posesif, hingga delusif (Zahrotustianah & puspitasari, 2016). Perilaku seperti hal tersebut menggambarkan celebrity worship. Celebrity worship adalah perilaku seseorang yang menjadikan selebriti sebagai sosok yang dikagumi dan dipuja, bahkan hingga berlebihan. Hal ini dapat disebabkan oleh media massa yang sering menampilkan selebriti dalam bentuk yang positif dan ideal. Media massa dapat membuat kita merasa seperti kita mengenal selebriti secara personal, sehingga kita dapat merasa dekat dan terikat dengan mereka. (Levy, 2015 dalam Arundati dkk, 2019). Celebrity worship terdiri dari tiga tahapan, yaitu entertainment social, motivasi yang mendasari untuk berinteraksi dengan celebrity atau idola yang disukai; intense personal feeling, perasaan intensif dan kompulsif terhadap celebrity atau idola; dan borderline-pathological, kemungkinan dalam melakukan apapun untuk celebrity atau idola (Maltby dkk., 2005).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan gambaran tentang celebrity worship dan gaya hidup hedonism di kalangan mahasiswa penggemar K-Pop. Hasil berikutnya akan dikaitkan sehingga dapat diketahui hubungan antara celebrity worship dengan gaya hidup hedonism pada mahasiswa penggemar K-Pop.

TINJAUAN PUSTAKA

Korean Pop atau lebih sering disebut dengan singkatannya yaitu K-Pop merupakan genre musik populer yang berasal dari Korea Selatan. K-Pop terus mengembangkan popularitasnya hingga mencapai ke tingkat tangga lagu barat

seperti Billboard yang sudah sangat diketahui oleh masyarakat luas. Media sosial juga memiliki peran yang penting dalam memperluas industri musik Korea (Andina, 2019). Di Indonesia sendiri jumlah penggemar K-Pop makin lama semakin bertambah, hal ini terlihat dari seringnya grup K-pop mengadakan konser di Indonesia, bahkan beberapa grup mengadakan hingga empat konser dalam sebulan. Meskipun harga jual tiket yang terbilang cukup mahal bukan suatu masalah bagi penggemar idol K-Pop tersebut.

Di Indonesia, komunitas penggemar musik K-pop memanfaatkan berbagai cara untuk memperoleh kepuasan emosional, salah satunya melalui pembelian produk yang berkaitan dengan idola mereka. Sebagai contoh, penggemar BTS menunjukkan dedikasi tinggi dengan meluangkan waktu, mengerahkan tenaga, serta mengeluarkan biaya demi memperoleh barang-barang edisi khusus yang terinspirasi dari BTS, seperti BTS Meal dari McDonald's maupun varian minuman BT21 dari Chatime (Fahira & Andjarwati, 2022). Tingginya antusiasme yang ditunjukkan oleh penggemar K-Pop dapat menjadi indikasi adanya kecenderungan terhadap gaya hidup yang bersifat hedonistik (Andina, 2019). Gaya hidup merupakan suatu hal yang timbul dari adanya interpretasi penggemar terhadap materi yang dikeluarkan dan menciptakan identitas diri pada individu itu sendiri (Putri dkk., 2019) dan gaya hidup hedonis adalah salah satunya. Gaya hidup hedonis adalah gaya hidup dimana individu fokus mencari kebahagiaan, antara lain sering keluar rumah, bersenang-senang, menikmati kesibukan kota, memuaskan hasrat dengan membeli barang-barang mewah, hingga memiliki keinginan untuk selalu menjadi pusat perhatian. (Kaparang, 2013). Gaya hidup hedonis dapat diwujudkan dalam bentuk perilaku konsumtif, yaitu dengan berlebihan membeli barang-barang yang tidak perlu. (Lestarina, 2017).

Sebagian besar penggemar Korean Wave adalah pelajar yang dimana kebanyakan dari mereka belum memiliki penghasilan sendiri dan akhirnya mengandalkan uang tabungan yang mereka terima dari orang tua mereka. Contohnya terdapat pada mahasiswa dari Universitas Islam Zainul Hasan yang banyak menggunakan produk-produk Korea, termasuk cara berpakaian, merchandise K-Pop, dan barang-barang yang berhubungan dengan Korea. Mereka bahkan sering mengeluarkan banyak uang tanpa memperhitungkan aspek kegunaan dari barang, seperti membeli poster dan barang-barang idola favorit mereka (Fitria dkk., 2023).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif korelasional. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode yang sesuai untuk mengungkapkan hubungan antara celebrity worship dan gaya hidup hedonisme. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang berlandaskan filosofi positivisme yang memusatkan perhatian pada penelitian, pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan instrumen penelitian, dan menganalisis data dalam bentuk kuantitatif untuk menguji hipotesis. Dalam penelitian ini, metode korelasi digunakan untuk menilai sejauh mana variasi dan korelasi antara dua

variabel atau lebih tanpa ada intervensi yang mempengaruhi variabel tersebut, dengan tujuan agar variabel ini tidak dimanipulasi (Azwar, 2016).

Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari mahasiswa yang berada di kota Padang. Sampel ditentukan menggunakan pendekatan purposive, yang termasuk dalam kategori *non-probability sampling*. Pemilihan partisipan didasarkan pada kriteria khusus yang telah dirumuskan oleh peneliti sebelum proses pengambilan data (Sugiyono, 2013). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 154 mahasiswa aktif kuliah di Universitas di Kota Padang yang memiliki kriteria usia 17-25 tahun, penggemar K-pop, dan pernah minimal 3 kali membeli hal-hal yang berhubungan dengan K-pop (seperti album, lightstick, tiket konser, photocard, merchandise, dll).

Pada penelitian ini digunakan alat ukur yaitu skala likert, yaitu skala Celebrity Worship (29 aitem dengan $\alpha = 0,940$) menggunakan skala yang sebelumnya telah digunakan dalam penelitian Laksmi (2019) dan gaya hidup hedonisme (23 aitem dengan $\alpha = 0,942$) menggunakan skala yang sebelumnya telah digunakan dalam penelitian Handayani (2020). Data yang diperoleh dan dikumpulkan dapat digunakan dalam memecahkan masalah guna menjawab hipotesis yang diajukan (Siregar, 2013). Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi Rank Spearman dan dengan tekniknya yaitu teknik korelasi data. Sebelum dilakukan pengujian, data telah memenuhi kriteria yang dibutuhkan untuk penerapan metode ini. Dijelaskan oleh Sugiyono (2013), metode ini digunakan ketika data berasal dari dua variabel berbeda dan bersifat ordinal, serta tidak memerlukan data yang berdistribusi normal. Seluruh proses analisis dilaksanakan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23 pada sistem operasi Windows.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
TOTAL X	.086	153	.007	.963	153	<.001
TOTAL Y	.073	153	.047	.990	153	.343

a. Lilliefors Significance Correction

Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas adalah jika signifikansi $>0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika signifikansi $<0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Hasil pengujian menunjukkan signifikan celebrity worship sebesar $0,007 < 0,05$ dan gaya hidup hedonis sebesar $0,047 < 0,05$. Oleh karena variabel X dan Y dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 2. Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL Y * TOTAL X	Between Groups	(Combined)	7804.950	47	166.063	5.940	<.001
		Linearity	6183.060	1	6183.060	221.161	<.001
		Deviation from Linearity	1621.889	46	35.258	1.261	.166
	Within Groups		2935.521	105	27.957		
	Total		10740.471	152			

Uji linearitas bertujuan untuk menilai apakah hubungan antara variabel independen dan dependen memiliki pola linier. Nilai signifikansi linear dapat dikatakan linear apabila taraf signifikan lebih besar dari 0,05 (Sig. > 0,05). Sebaliknya, jika nilai signifikansi linearitas kurang dari 0,05 (Sig < 0,05) maka dapat dikatakan tidak terdistribusi secara linear. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada aspek *deviation from linearity* adalah 0,166, yang melebihi batas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara celebrity worship dan gaya hidup hedonis bersifat linear.

Tabel 3. Uji Analisis Statistik Korelasi Non parametrik Rank Spearman

Correlations			TOTAL X	TOTAL Y
Spearman's rho	TOTAL X	Correlation Coefficient	1.000	.736**
		Sig. (2-tailed)	.	<.001
		N	153	153
TOTAL Y	TOTAL Y	Correlation Coefficient	.736**	1.000
		Sig. (2-tailed)	<.001	.
		N	153	153

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Setelah uji normalitas dan linearitas dilakukan, tahap selanjutnya adalah pengujian hipotesis untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara celebrity worship dan gaya hidup hedonism. Metode analisis data menggunakan teknik korelasi. Dalam penelitian ini digunakan analisis korelasi non parametric Rank Spearman agar mengetahui hubungan antara celebrity worship dengan gaya hidup hedonis. Alasan menggunakan analisis non parametric Rank Spearman karena uji normalitas berdistribusi tidak normal. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 (Sig.< 0,05), maka celebrity worship dengan gaya hidup hedonis berkorelasi dan apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 (Sig. > 0,05), maka celebrity worship dengan gaya hidup hedonis tidak berkorelasi. Hasil analisis statistik korelasi non parametric Rank Spearman dapat dilihat pada Tabel 1 diatas.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansinya < 0,001 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara celebrity worship dan gaya hidup hedonis. Terlihat nilai koefisien korelasi 0,736 menunjukkan adanya hubungan korelasi yang kuat dan nilai koefisien korelasi bernilai positif. Dapat dipahami,

semakin tinggi celebrity worship maka semakin tinggi pula gaya hidup hedonisnya. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima, sementara hipotesis nol (H_0) ditolak. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara tingkat celebrity worship dan kecenderungan gaya hidup hedonis pada mahasiswa yang merupakan penggemar K-Pop.

PEMBAHASAN

Celebrity worship adalah fenomena di mana penggemar secara berlebihan memuja dan mengidolakan selebriti mereka. Dalam hal ini, ketika seseorang memiliki idol atau selebriti yang diidolakan, cenderung timbul dorongan untuk meniru gaya hidup atau perilaku yang dianggap menjadi bagian dari kehidupan selebriti tersebut. Fenomena ini secara langsung berkaitan dengan gaya hidup hedonis, yang menekankan pada pencarian kesenangan dan kepuasan diri, seringkali dalam bentuk perilaku konsumtif, yaitu dengan berlebihan membeli barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan (Lestarina, 2017).

Dari keadaan diatas, terdapat keterkaitan antara celebrity worship dan gaya hidup hedonis. Penggemar cenderung membeli barang-barang terkait dengan idola mereka, mulai dari menggunakan produk-produk Korea, termasuk cara berpakaian, merchandise K-pop, dan barang-barang yang berhubungan dengan Korea. Mereka bahkan sering mengeluarkan banyak uang tanpa memperhitungkan aspek kegunaan dari barang, seperti membeli poster dan barang-barang idola favorit mereka (Fitria dkk., 2023).

Hasil studi hipotesis pada penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara celebrity worship dengan gaya hidup hedonis. Terbukti dari hasil uji analisis korelasi Rank Spearman, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 yang menunjukkan adanya hubungan antara celebrity worship dengan gaya hidup hedonisme dikarenakan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis pada penelitian ini dapat diterima (H_a diterima). Dalam penelitian ini, menunjukkan korelasi yang kuat dan nilai koefisien korelasinya bernilai positif yaitu sebesar 0,736. Koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan yang bersifat positif, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat pengidolaan selebritas, semakin tinggi pula kecenderungan remaja K-Popers dalam menerapkan gaya hidup hedonis.

Hal ini dapat dijadikan bukti bahwa celebrity worship berperan penting dalam mempengaruhi gaya hidup hedonis mahasiswa penggemar K-Pop di kota Padang. Ketika para penggemar menunjukkan ketertarikan yang berlebihan kepada idolanya, para penggemar ini juga merasakan adanya keharusan untuk memiliki hal yang juga dimiliki oleh idolanya. Pada kesempatan lain juga para penggemar ini akan melakukan segala cara yang dapat mempertemukannya dengan idolanya, tanpa peduli akan pengeluaran biaya yang harus dikeluarkan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan adalah adanya hubungan yang signifikan antara celebrity worship dengan gaya hidup hedonis pada mahasiswa penggemar K-Pop di kota Padang dan bentuk hubungannya

positif. Juga kita bisa mengartikan bahwa semakin tinggi tingkat celebrity worship pada mahasiswa penggemar K-Pop, maka semakin tinggi pula gaya hidup hedonis pada mahasiswa penggemar K-Pop. Sebaliknya, semakin rendah celebrity worship pada mahasiswa penggemar K-Pop, maka semakin rendah pula gaya hidup hedonis pada mahasiswa penggemar K-Pop. Maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak.

Saran yang dapat peneliti sampaikan kepada para mahasiswa penggemar K-Pop berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya adalah hendaknya para mahasiswa penggemar K-Pop ini dapat mengurangi ketertarikan yang berlebihan terhadap idola (celebrity worship) sehingga tidak akan meningkatkan gaya hidup hedonis yang mereka miliki. Dan juga bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan dan melanjutkan penelitian mengenai hubungan celebrity worship dengan gaya hidup hedonis, kami berharap untuk dapat dikembangkan lagi teori, aspek, dan indikator penelitian ini, serta mampu memperluas subjek penelitian. Sehingga tidak terpaku pada satu instansi saja, serta mencari banyak referensi dari penelitian terdahulu.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Subjek hanya mencakup mahasiswa penggemar K-Pop di Kota Padang, sehingga temuan belum mewakili populasi yang lebih luas, selain itu pendekatan penelitian yang bersifat kuantitatif juga tidak menangkap aspek psikologis secara mendalam terkait alasan di balik perilaku celebrity worship dan gaya hidup hedonis. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menjangkau wilayah kajian yang lebih luas, seperti pengaruh fandom terhadap identitas diri, konsep diri, atau kesehatan mental penggemar. Selain itu, peneliti dapat mengeksplorasi peran media sosial sebagai medium yang memperkuat keterikatan emosional antara penggemar dan idolanya, serta dampaknya terhadap pola konsumsi digital dan gaya hidup sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Andina, A.N. (2019). Hedonisme berbalut cinta dalam musik k-pop. *Syntax*, 1(8), 39-49. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v1i8.100>
- Aris, Q. I., Syam, E., & Fauzi, M. (2023). Filterisasi budaya k-pop pada remaja: studi kasus pada siswa SMK Negeri 2 Pekanbaru. *BIDIK: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 15-20. <https://doi.org/10.31849/bidik.v3i2.13080>
- Arundati, N., Vania, A. A., & Arisanti, M. (2019). Perilaku celebrity worship pada anggota fandom exo dalam komunitas exo-l bandung. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 53-72. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v13i1.5217>

- Azwar, S. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Driana, H. I., & Indrawati, A. (2021). Pengaruh celebrity worship, gaya hidup hedonis, dan kecanduan internet terhadap pembelian kompulsif merchandise band day6 pada online shop Uriharu Id. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan (JEBP)*, 1(5), 452-469. DOI: 10.17977/um066v1i52021p452-469
- Fahirra, H., & Andjarwati, A. L. (2022). Pengaruh korean wave dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian album official BTS. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 148-159. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p148-159>
- Fitriah, N. L., Islam, M. H., & Diharjo, R. F. (2023). Dampak Korean Wave terhadap perilaku konsumerisme merchandaise k-pop dikalangan mahasiswa Probolinggo. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 5(2), 4427-4434. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i2.14115>
- Handayani, K. T. (2020). Hubungan gaya hidup hedonis dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap K-Pop pada mahasiswa UIN SUSKA Riau. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Januar, Z. P. A. (2023). Dampak Euforia Hallyu (Korean Wave) Remaja di Kota Makassar Terhadap Minat Budaya Korea Selatan. Skripsi, Universitas Hasanuddin.
- Kaparang, O. M. (2013). Analisa gaya hidup remaja dalam mengimitasi budaya pop Korea melalui televisi. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(2).
- Laksmi, A. (2019). Hubungan antara status identitas diri dengan Celebrity Worship pada remaja akhir penggemar Korean Pop di Kota Malang. *Doctoral dissertation*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku konsumtif di kalangan remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1-6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>

- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British journal of health psychology*, 10(1), 17-32. <https://doi.org/10.1348/135910704X15257>
- Putri, K. A., Amirudin, A., & Purnomo, M. H. (2019). Korean wave dalam fanatisme dan konstruksi gaya hidup generasi z. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 14(1), 125-135. <https://doi.org/10.14710/nusa.14.1.125-135>
- Siregar, S. (2013). Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan manual & SPSS.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Zahrotustianah, & Puspitasari, R. (2016). VIVALIFE. Diakses tanggal 14 September 2023 dari VIVA.co.id: <https://www.viva.co.id/>