

## **Peran *Loneliness* dan *Celebrity Worship* Terhadap Tendensi Adiksi Media Sosial**

*Fairuz Lusana*<sup>1</sup>, *Wahyu Jati Anggoro*<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada

e-mail: \*<sup>1</sup>[fairuzlusana@mail.ugm.ac.id](mailto:fairuzlusana@mail.ugm.ac.id), <sup>2</sup>[wjanggoro@ugm.ac.id](mailto:wjanggoro@ugm.ac.id)

**Abstract.** *Social media as a communication tool plays an important role and is a part of the lives of most people, including celebrities and their fans. Despite the convenience of social media, it has a potential to cause addiction. This study aims to explore the role of loneliness and celebrity worship towards social media addiction tendency. Total of 229 emerging adults living in Indonesia aged 18-25 years who identify as Kpop celebs fans, active users of social media are involved in this study. This study uses adaptation of Celebrity Attitude Scale (CAS) ( $\alpha=0.90$ ), Social Media Addiction Scale Student Form (SMA-SF) ( $\alpha=0.87$ ), and UCLA Loneliness Scale Version 3 ( $\alpha=0.91$ ) as measuring instruments. The data gathered is analyzed using multiple regression technique. This study shows that celebrity worship and loneliness can predict the social media addiction tendency by 22.4%*

**Keywords:** *celebrity worship, loneliness, parasocial relationship, social media addiction*

**Abstrak.** Media sosial sebagai alat komunikasi berperan penting dan merupakan bagian hidup sebagian besar orang, termasuk selebritas dan penggemarnya. Meski begitu media sosial berpotensi menimbulkan adiksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *loneliness* dan *celebrity worship* terhadap tendensi adiksi media sosial. Hipotesis penelitian ini adalah *loneliness* dan *celebrity worship* berperan terhadap tendensi adiksi media sosial. Partisipan penelitian sebanyak 229 orang berusia 18-25 tahun yang mengidentifikasi diri sebagai penggemar seorang atau kelompok selebritas Kpop serta aktif menggunakan media sosial dan berdomisili di Indonesia. Penelitian ini menggunakan alat ukur *Celebrity Attitude Scale* (CAS) ( $\alpha=0.90$ ), *Social Media Addiction Scale Student Form* (SMA-SF) ( $\alpha=0.87$ ), dan *UCLA Loneliness Scale Version 3* ( $\alpha=0.91$ ). Data yang diperoleh dianalisis dengan teknik regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity worship* dan *loneliness* secara bersamaan memprediksi tendensi adiksi media sosial sebesar 22.4%

**Kata kunci:** *adiksi media sosial, celebrity worship, loneliness, parasocial relationship*