Outline Journal of Education

Journal homepage: http://outlinepublisher.com/index.php/OJE/index

Research Article

The Role of Cognitive Flexibility in Celebrity Worship among Young Adult K-pop Fans

(Peran Fleksibilitas Kognitif terhadap Celebrity Worship pada Dewasa Awal Penggemar K-pop)

Salsabila Fakhirah[1], Kamalia[2]

[1,2] Universitas Esa Unggul, DKI Jakarta, Indonesia

*Correspondence: fakhirahbila@student.esaunggul.ac.id

Keyword:

Celebrity Worship;
Early Adulthood;
Cognitive Flexibility;
K-pop Fans.

Article history:

Received:
25 October 2026

Revised:
10 November 2026

Accepted:
10 November 2026

Available Online:
11 November 2026

Abstract

The phenomenon of celebrity worship has become increasingly prevalent among young adult K-pop fans, highlighting the potential necessity of cognitive flexibility in facilitating healthy parasocial relationships. This quantitative correlational study empirically examined the predictive role of cognitive flexibility on celebrity worship levels within this demographic. Data were gathered via a validated structured questionnaire from 216 active K-pop enthusiasts in early adulthood, selected through purposive sampling, and subsequently analyzed using simple linear regression. The findings revealed that cognitive flexibility exerted no statistically significant effect on celebrity worship ($p > 0{,}05$, $R^2 = 0{,}515$). *These results suggest that cognitive flexibility does not directly account for variations in fan attachment, indicating that such parasocial bonds may be primarily governed by affective, emotional, or socio-environmental determinants rather than executive cognitive control. Consequently, these insights underscore the need for future research to investigate alternative, affective-driven psychological construct to better elucidate this phenomenon.*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

PENDAHULUAN

Masa dewasa awal merupakan periode transisi penting dalam rentang kehidupan manusia, di mana seseorang mulai meninggalkan fase remaja untuk memasuki tahap kematangan fisik, psikologis, dan sosial. Menurut Hurlock (1996), dewasa awal dimulai pada usia 18 tahun hingga sekitar 40 tahun, yang ditandai dengan peralihan dari ketergantungan menuju kemandirian penuh serta penyesuaian diri terhadap pola kehidupan yang baru. Pada masa ini, individu dihadapkan pada serangkaian tugas perkembangan (*developmental tasks*) yang

menuntut pemenuhan peran-peran sosial baru, seperti memilih pasangan hidup, memulai karier, membangun keluarga, dan mengelola tanggung jawab finansial maupun domestik secara mandiri.

Pencapaian tugas-tugas perkembangan tersebut dipengaruhi oleh ciri-ciri khas masa dewasa awal itu sendiri. Hurlock (1996) menguraikan bahwa dewasa awal merupakan masa pengaturan (*settling-down age*) di mana individu mulai memantapkan garis hidupnya, masa reproduksi yang berfokus pada pengasuhan anak, serta masa bermasalah akibat kompleksnya penyesuaian terhadap peran baru. Selain itu, fase ini juga dikenal sebagai masa ketegangan emosional dan isolasi sosial seiring berubahnya fokus hubungan, masa komitmen dan ketergantungan baru, masa perubahan nilai, serta periode penyesuaian dengan gaya hidup baru. Pemahaman terhadap tugas perkembangan dan karakteristik utama ini menjadi sangat krusial, sebab keberhasilan individu dalam melewati tantangan di fase dewasa awal akan menjadi fondasi utama bagi kesejahteraan psikologis (*psychological well-being*) dan kesuksesannya di tahap perkembangan berikutnya (Uhlendorff, 2006).

Tantangan dalam memenuhi tugas perkembangan dan menghadapi dinamika masa dewasa awal ini mendorong individu untuk mencari mekanisme koping serta sarana penyaluran emosi yang relevan dengan fokus hidup mereka. Di tengah kesibukan membangun karier dan memenuhi tuntutan kemandirian, dewasa awal tetap membutuhkan ruang personal dan sarana hiburan untuk melepaskan penat serta mengekspresikan diri, salah satunya melalui pemenuhan hobi atau aktivitas kegemaran yang sering dilakukan. Belakangan ini, fenomena menarik muncul di mana salah satu hobi yang banyak diminati oleh kelompok dewasa awal adalah menjadi penggemar musik populer Korea (K-pop). Meskipun memiliki rutinitas harian yang padat, banyak dewasa awal yang tetap memilih untuk menjadi penggemar K-pop/K-popers sebagai hobi atau menjadikannya sebagai saran hiburan setelah menghadapi rutinitas harian yang padat dan penuh tekanan. Keterlibatan aktif dalam dunia K-pop tidak sekadar menjadi hiburan pelipur stres di sela-sela ketegangan emosional pekerjaan atau tuntutan hidup, tetapi juga memberikan rasa memiliki (*sense of belonging*), identitas sosial, hingga komunitas pendukung di tengah potensi isolasi sosial yang kerap dialami pada fase ini.

Fenomena mengidolakan figur publik sebenarnya bukanlah suatu hal baru, tetapi dalam beberapa tahun terakhir intensitasnya terasa semakin kuat, terutama sejak hadirnya berbagai macam media sosial. Dengan pengaksesan informasi yang cepat dan mudah, memungkinkan individu untuk mengenal budaya baru dari seluruh dunia, yang disebut budaya populer. Budaya populer atau budaya pop diartikan sebagai budaya yang paling banyak digemari dan dinikmati oleh masyarakat (Shamad, 2023). Salah satu contoh budaya populer yang menarik perhatian dan diminati oleh masyarakat seluruh dunia adalah *Korean Wave* (*Hallyu*).

Berkembangnya *Korean Wave* (*Hallyu*) telah menjadi salah satu bentuk globalisasi budaya yang paling berpengaruh di dunia, termasuk di Indonesia. Salah satu unsur utama dari *Hallyu* adalah K-pop (*Korean Pop Music*), yang tidak hanya menawarkan musik, tetapi juga menyajikan visualisasi yang menarik, koreografi yang kompleks, serta konsep interaksi yang erat antara idola dan penikmatnya melalui berbagai platform media sosial. K-pop juga berperan dalam membentuk gaya hidup, identitas sosial, serta komunitas penggemar yang luas dan terstruktur. Industri ini berhasil membangun ekosistem yang memungkinkan penggemar merasa dekat dan terhubung secara emosional dengan sang idola secara intens. Berdasarkan informasi yang dimuat dalam website CNN Indonesia, Indonesia menempati posisi sebagai negara dengan jumlah penggemar K-pop terbesar di dunia maya pada tahun 2021 menurut laporan Twitter. Selain menjadi negara dengan jumlah penggemar K-pop terbanyak di Twitter, Indonesia juga tercatat sebagai negara yang paling aktif membicarakan K-pop pada platform media sosial tersebut (CNN Indonesia, 2022).

Daya pikat fenomena global ini tidak hanya terbatas pada usia remaja saja, melainkan berhasil menjangkau individu dari berbagai lintas usia, terutama pada kelompok usia dewasa awal (18–40 tahun). Maka dari itu, banyak dewasa awal yang menjadi penggemar K-pop. Padalah pada fase perkembangan ini, individu umumnya berada pada tahap transisi penting, seperti menjalani pendidikan tinggi, memulai karier, dan membentuk pola hubungan sosial yang baru. Kemandirian finansial yang relatif mulai dimiliki serta kebebasan dalam mengambil keputusan pribadi menjadikan kelompok dewasa awal memiliki kapasitas lebih besar untuk mencurahkan waktu, energi, dan sumber daya mereka guna mengikuti dinamika perkembangan idola K-pop favorit mereka. Rutinitas hiburan yang mudah diakses seperti mendengarkan musik, menonton konten, atau

berinteraksi dalam komunitas fandom memberikan stimulasi dopamin serta jeda emosional yang efisien dari kejenuhan rutinitas tanpa harus menyita banyak waktu atau mengganggu fleksibilitas jadwal mereka.

Namun di sisi lain, kebebasan dan transisi peran sosial ini juga menuntut proses penyesuaian sosial yang kompleks. Tuntutan untuk mencapai kemandirian ekonomi, status pekerjaan, serta ekspektasi lingkungan sosial sering kali menciptakan tekanan tersendiri. Maka dari itu, dalam dinamika sosial ini, ketertarikan terhadap budaya K-pop tidak hanya berfungsi sebagai hiburan semata, melainkan juga hadir sebagai sarana pelepasan (eskapisme sosial) sekaligus alternatif ruang interaksi bagi individu dewasa awal di tengah padatnya rutinitas dan tuntutan peran sosial mereka. Kebutuhan akan ruang aman ini menemukan sarananya melalui pesatnya perkembangan media digital. Dengan adanya platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter (X) membuat para penggemar dapat mengikuti kehidupan idola hampir tanpa batas. Melalui media sosial, para penggemar akan sangat mudah untuk mendapatkan banyak informasi mengenai sang idola. Dalam konteks penggemar K-pop, hal ini seringkali dilakukan sebagai bentuk upaya untuk mengetahui dan memahami kehidupan seperti apa yang dijalani oleh sang idola. Para penggemar K-pop sering kali menelusuri segala informasi mengenai idolanya secara mendalam. Selain itu, penggemar K-pop dikenal memiliki loyalitas tinggi terhadap idola yang mereka kagumi, bahkan hingga mengekspresikan keterikatan emosional dan perilaku intens.

Tingginya tingkat keterlibatan tersebut pada dasarnya memberikan dampak ganda terhadap dinamika kehidupan sosial penggemar. Secara positif, ketertarikan terhadap K-pop dapat memberikan manfaat konstruktif, seperti memperluas jaringan relasi sosial melalui komunitas fandom, meningkatkan keterampilan berbahasa asing, serta menjadi sarana hiburan yang efektif untuk mengurangi stres dari tekanan rutinitas sehari-hari. Pilihan untuk menjadi penggemar K-pop di tengah padatnya rutinitas harian dewasa awal dapat dipahami sebagai bentuk interaksi sosial dan pilihan gaya hidup yang penuh makna. Di saat waktu dan tenaga mereka terserap oleh tuntutan pekerjaan, pendidikan, atau urusan rumah tangga, keterlibatan dalam dunia penggemar (*fandom*) hadir sebagai ruang sosial pribadi yang memberikan rasa nyaman dan kebersamaan. Menjadi bagian dari komunitas penggemar membantu dewasa awal membangun hubungan baru dengan orang-orang yang memiliki minat serupa, sehingga mereka tidak merasa sendirian dalam menjalani tekanan peran di usia dewasa. Penggemar yang aktif seringkali mengoleksi *merchandise* K-pop seperti membeli album, mengoleksi *photocard*, poster idolnya, serta boneka yang merepresentasikan idolanya, hingga menonton konser bersama penggemar lain. Hal ini menjadi bagian dari ekspresi identitas dan bentuk hiburan yang dinikmati secara sadar. Bagi dewasa awal, menyisihkan sebagian hasil kerja atau waktu luang untuk hobi ini merupakan bentuk pemenuhan kepuasan pribadi atas usaha yang telah mereka lakukan sehari-hari. Kebersamaan dalam komunitas serta kegembiraan yang didapat dari aktivitas ini menjadi sarana penyeimbang sosial yang efektif, sehingga mereka tetap dapat menikmati peran kuncinya di masyarakat sekaligus memiliki ruang kebahagiaan bersama kelompoknya.

Namun di sisi lain, fenomena ini juga menyimpan potensi dampak negatif apabila batasan antara kekaguman dan kehidupan nyata mulai mengabur. Bagi sebagian penggemar, keterlibatan mereka dalam dunia K-pop tidak berhenti pada konsumsi musik atau hiburan semata, melainkan berkembang menjadi bentuk keterikatan emosional yang mendalam serta berlebihan terhadap idola yang mereka kagumi. Apabila kondisi tersebut tidak dikendalikan, kedekatan yang terjalin dapat mempengaruhi perilaku penggemar dan berpotensi berkembang menjadi pola perilaku obsesif yang tidak sehat.

Perilaku tersebut merupakan bentuk dari keterikatan emosional yang mengarah pada *celebrity worship*. Maltby, *et al.,* (2003) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai suatu perilaku obsesif pada seseorang ketika individu terlalu melibatkan diri dalam setiap detail kehidupan dari selebriti yang diidolakannya. Semakin seseorang memuja dan terlibat dengan selebriti atau idolanya, maka keintiman yang dikhayalkan pun semakin mendalam (Barrang *et al.,* 2023). Keterlibatan tersebut dapat berwujud pada perilaku nyata, seperti sering mengikuti konser, *fanmeeting*, serta membeli *merchandise*, album, hingga *plush doll* yang merepresentasikan idola K-pop itu sendiri.

Untuk memahami sejauh mana intensitas perilaku ini dapat berkembang, Maltby *et al.,* (2003) merumuskan dimensi *celebrity worship* ke dalam tiga aspek yang berjenjang dari tingkat pengidolaan terendah hingga tertinggi. Maltby *et al.,* (2003) memaparkan bahwa tingkat *entertainment-social* merupakan tingkatan paling

rendah yang merefleksikan aspek sosial terhadap *celebrity worship*. Hal ini berupa penggemar mengikuti perkembangan idolanya, menonton konten mereka, atau berdiskusi dengan teman sesama penggemar karena merasa hal tersebut menyenangkan dan membuatnya merasa menjadi bagian dari suatu komunitas.

Peristiwa negatif yang banyak dilakukan oleh beberapa penggemar menunjukkan bahwa *celebrity worship* tidak hanya terbatas pada bentuk kekaguman semata, tetapi juga dapat berkembang menjadi perilaku yang berisiko membahayakan diri sendiri maupun orang lain, bahkan hingga melanggar etika dan hukum. Oleh sebab itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mendasari munculnya perilaku tersebut menjadi penting untuk dilakukan agar fenomena ini dapat dikaji secara lebih mendalam dan menyeluruh. Dalam hal ini, Brooks (2021) melalui tinjauan literatur sistematisnya terhadap 62 studi menemukan bahwa *celebrity worship* berkaitan dengan sejumlah faktor, di antaranya faktor demografis (usia, gender, budaya), kepribadian, religiusitas, faktor perilaku dan kognitif-perilaku seperti *fantasy proneness* dan perilaku obsesif, perasaan tentang diri sendiri seperti harga diri dan identitas, faktor kognitif, kualitas hubungan dengan orang lain, sikap terhadap tubuh dan makan, serta kesejahteraan psikologis secara keseluruhan.

Di antara berbagai faktor yang mendasari terbentuknya *celebrity worship*, faktor kognitif menjadi salah satu aspek yang relatif belum banyak mendapatkan perhatian dibandingkan faktor-faktor lainnya, padahal relevansi yang dimiliki sangat besar. Beberapa studi awal telah mengisyaratkan bahwa individu yang terlibat dalam *celebrity worship* cenderung menunjukkan keterbatasan dalam kemampuan berpikir kritis dan fleksibilitas berpikir. McCutcheon *et al.,* (2003) menemukan bahwa para pemuja selebriti mencetak skor lebih rendah pada ukuran kecerdasan terkristalisasi, kreativitas, berpikir kritis, dan kemampuan spasial. Lebih lanjut, McCutcheon *et al.,* (2014) menemukan bahwa skor pada ukuran berpikir kritis berkorelasi negatif dengan *celebrity worship*, dan terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan rendahnya kemampuan berpikir secara logis. Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa cara seseorang memproses informasi dan berpikir secara kognitif memiliki keterkaitan yang signifikan dengan sejauh mana seseorang terlibat dalam *celebrity worship*.

Perilaku pemujaan selebritas (*celebrity worship*) yang ekstrem dapat menjadi contoh nyata bagaimana fanatisme memicu perilaku menyimpang. Di sinilah pentingnya peran fleksibilitas kognitif, yaitu kemampuan berfikir individu untuk menyesuaikan pola pikir, menilai kembali strategi berpikir, serta mengalihkan respons secara bijak saat dihadapkan pada dorongan sesaat atau situasi penuh tekanan. Tanpa kelenturan kognitif yang memadai untuk menata ulang prioritas hidupnya, seorang dewasa awal akan rentan terjebak dalam fanatisme buta terhadap objek obsesinya, yang pada akhirnya memicu pengambilan keputusan keliru hingga melanggar hukum dan etika.

Mekanisme ini dapat dipahami melalui kemampuan individu dalam menyesuaikan pola pikir, mengelola respons terhadap informasi, serta melihat suatu situasi dari berbagai sudut pandang, yang berkaitan dengan fleksibilitas kognitif. Fleksibilitas kognitif secara umum didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk beralih perspektif, mengadaptasi pemikiran terhadap situasi yang baru atau berubah, serta mempertimbangkan berbagai sudut pandang secara bersamaan (Martin & Rubin, 1995). Dennis & Vander Wal (2010) yang mengatakan bahwa fleksibilitas kognitif merupakan kemampuan/kapasitas seseorang untuk secara adaptif mengubah cara berpikirnya ketika menghadapi situasi yang sulit. Berdasarkan konseptualisasi instrumen *Cognitive Flexibility Inventory* (CFI) oleh Dennis & Vander Wal (2010), kemampuan ini ditopang oleh dua dimensi utama, yaitu aspek *alternatives* dan *control*. Aspek *alternatives* merujuk pada kemampuan untuk mempersepsikan bahwa suatu masalah memiliki banyak sudut pandang dan pilihan solusi, sedangkan aspek *control* mencerminkan keyakinan individu bahwa situasi sulit berada di bawah kendalinya (*perceived control*). Kedua dimensi ini menjadi sangat krusial ketika memasuki masa dewasa awal (*early adulthood*), sebuah fase perkembangan yang menurut Hurlock (1996) dicirikan sebagai masa penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan baru, masa ketegangan emosional, serta periode komitmen dan perubahan nilai.

Kedua aspek fleksibilitas kognitif ini pada akhirnya memengaruhi bagaimana dewasa awal mengekspresikan *celebrity worship* atau pemujaan terhadap idola. Sebagaimana dijelaskan oleh Maltby et al. (2002), keterikatan pada figur publik terbagi ke dalam tiga tingkatan, mulai dari yang sehat (*entertainment-social*), emosional yang intens (*intense-personal*), hingga tahap patologis (*borderline-pathological*). Dewasa awal dengan tingkat *alternatives* dan *control* yang tinggi cenderung menjaga *celebrity worship* tetap berada pada tingkat

entertainment-social. Mereka memosisikan idola sebagai salah satu alternatif hiburan semata tanpa kehilangan kendali atas diri maupun realitas hidupnya. Sebaliknya, ketika dewasa awal yang mengalami ketegangan emosional memiliki fleksibilitas kognitif yang rendah, mereka rentan memandang idola sebagai satu-satunya pelarian dan sumber kebahagiaan. Keterbatasan sudut pandang dan hilangnya rasa kendali atas tantangan hidup di dunia nyata inilah yang mendorong keterikatan emosional secara berlebihan menuju tingkat *intense-personal* bahkan *borderline-pathological*.

Maltby *et al.,* (2004) menemukan bahwa fleksibilitas kognitif berkorelasi negatif dengan *celebrity worship* tingkat *intense-personal*, di mana individu yang terlibat dalam jenis pemujaan ini cenderung bersikap tidak fleksibel atau "terkunci" dalam pandangan mereka dan kurang mampu untuk mengatasi pilihan-pilihan alternatif. Martin *et al.,* (2003) turut menemukan hasil serupa, yakni fleksibilitas kognitif berkorelasi negatif dengan dimensi *intense-personal* maupun *borderline-pathological* dari *celebrity worship*. Namun, beberapa penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda terkait hubungan antara fleksibilitas kognitif dan *celebrity worship*. Penelitian oleh Krismana *et al.,* (2023) menemukan bahwa fleksibilitas kognitif cenderung menurunkan perilaku *celebrity worship*, terutama yang bersifat obsesif dan dipengaruhi oleh *loneliness*. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Aufa *et al.,* (2019) menemukan adanya pengaruh positif, di mana remaja dengan fleksibilitas kognitif tinggi tetap menunjukkan *celebrity worship*, kemungkinan karena aktivitas mengidolakan digunakan sebagai bentuk *coping* terhadap kesepian. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa fleksibilitas kognitif memang berpengaruh terhadap *celebrity worship*, tetapi bentuk pengaruhnya dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti usia, *loneliness*, serta konteks hubungan penggemar dengan idolanya.

Keterkaitan antara fleksibilitas kognitif dan *celebrity worship* menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan konteks penggemar K-pop, khususnya pada kelompok usia dewasa awal. Menurut Hurlock (1996), masa dewasa awal merupakan periode perkembangan yang berlangsung antara usia 18 hingga 40 tahun, yang ditandai dengan berbagai penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan baru dan harapan-harapan sosial yang baru pula, seperti mulai menjalin hubungan interpersonal yang lebih serius, membangun karier, serta membentuk identitas dan sistem nilai yang lebih mantap. Meskipun fungsi-fungsi kognitif pada masa ini secara umum telah berkembang lebih matang dibandingkan masa remaja, fleksibilitas kognitif tetap dapat bervariasi secara signifikan antarindividu dan sangat dipengaruhi oleh pengalaman serta lingkungan sosial yang membentuknya (Anderson, 2002).

Pada saat yang bersamaan, keterlibatan dalam komunitas penggemar K-pop yang intens dan terorganisasi justru berpotensi mempersempit cara pandang individu, menciptakan pola pikir yang kaku dan eksklusif terhadap idola yang dikagumi. Individu dengan fleksibilitas kognitif yang rendah cenderung sulit untuk menerima pandangan lain, sulit keluar dari pola pikir yang sudah terbentuk, serta lebih rentan terhadap keterlibatan emosional yang berlebihan terhadap selebriti (Maltby *et al.,* 2004). Dalam konteks penggemar K-pop Indonesia usia dewasa awal yang dikenal memiliki intensitas keterlibatan yang sangat tinggi, pemahaman tentang peran fleksibilitas kognitif menjadi sangat relevan dan mendesak untuk dikaji lebih lanjut.

Meskipun demikian, keterkaitan antara fleksibilitas kognitif dan *celebrity worship* hingga kini masih memperlihatkan temuan yang beragam dan belum konsisten. Sejumlah studi mengungkapkan bahwa tingkat fleksibilitas kognitif yang lebih baik berkaitan dengan menurunnya kecenderungan *celebrity worship* yang mengarah pada perilaku obsesif. Di sisi lain, terdapat penelitian yang justru menemukan hubungan positif antara kedua variabel tersebut, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, seperti *loneliness* serta dinamika hubungan antara penggemar dan idolanya. Ketidaksamaan hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa masih terdapat *research gap* yang memerlukan penelaahan lebih mendalam. Di samping itu, kajian mengenai fleksibilitas kognitif dan *celebrity worship* pada penggemar K-pop dewasa awal di Indonesia masih tergolong sedikit, padahal kelompok usia dewasa awal memiliki karakteristik perkembangan maupun bentuk keterlibatan dalam fandom yang berbeda apabila dibandingkan dengan remaja.

Meskipun studi mengenai *celebrity worship* pada komunitas penggemar K-Pop telah banyak dilakukan, mayoritas penelitian terdahulu lebih berfokus pada faktor-faktor psikologis afektif seperti kesepian dan regulasi emosi, serta sebagian besar mengambil subjek usia remaja. Padahal, pada tahapan perkembangan dewasa awal, individu dihadapkan pada kompleksitas peran dan tuntutan realitas yang membutuhkan fungsi eksekutif yang matang, salah satunya adalah fleksibilitas kognitif. Masih terbatasnya penelitian yang menguji

peran fleksibilitas kognitif terhadap tingkatan *celebrity worship* pada individu dewasa awal menjadi dasar perlunya penelitian ini dilakukan.

Dengan demikian, penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk mengisi kekosongan kajian yang masih ada sekaligus memahami peran antara fleksibilitas kognitif terhadap *celebrity worship* pada penggemar K-pop usia dewasa awal. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada fokus kajian yang secara khusus menelaah peran/kontribusi kognitif dalam konteks penggemar K-pop Indonesia pada tahap dewasa awal, serta memperjelas inkonsistensi temuan yang diperoleh dari penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini diharapkan tidak hanya mampu memberikan kontribusi secara teoritis dalam memperluas pemahaman mengenai dinamika *celebrity worship* ditinjau dari perspektif kognitif, tetapi juga memberikan manfaat praktis sebagai landasan pertimbangan bagi berbagai upaya intervensi psikologis yang diarahkan untuk membentuk pola pengidolaan yang lebih sehat dan adaptif, terutama pada kalangan penggemar K-pop di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non-eksperimental dengan desain korelasional untuk menguji peran fleksibilitas kognitif terhadap *celebrity worship* pada penggemar K-pop usia dewasa awal. Variabel prediktor dalam penelitian ini adalah fleksibilitas kognitif, yang didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam menyesuaikan pola pikir serta mengendalikan respons saat menghadapi tantangan. Variabel ini diukur menggunakan *Cognitive Flexibility Inventory* (CFI) yang dikembangkan oleh Dennis dan Vander Wal (2010) serta telah diadaptasi oleh Rahayu et al. (2022), mencakup dimensi *alternatives* dan *control*. Sementara itu, variabel kriteria adalah *celebrity worship*, yaitu bentuk keterikatan emosional dan psikologis yang intens terhadap idola. Variabel ini diukur menggunakan *Celebrity Attitude Scale* (CAS) dari Maltby et al. (2006) yang diadaptasi oleh Sari et al. (2025), meliputi dimensi *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological*. Kedua alat ukur disusun menggunakan skala Likert 5 poin.

Populasi penelitian berfokus pada penggemar K-pop aktif pada fase perkembangan dewasa awal. Penentuan jumlah sampel minimum dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak G*Power untuk analisis regresi linier bivariat satu arah (α = 0,05; power = 0,95; *effect size* = 0,3), yang menghasilkan estimasi sampel minimum sebanyak 111 partisipan. Teknik pengambilan sampel menerapkan non-probability sampling berupa *convenience sampling* untuk memudahkan jangkauan terhadap responden melalui berbagai platform media sosial dan komunitas fandom K-pop.

Pengumpulan data dilaksanakan secara daring menggunakan penyebaran kuesioner terstruktur melalui Google Forms. Sebelum pengisian, seluruh partisipan diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian serta lembar persetujuan (*informed consent*) yang menjamin kerahasiaan data. Berdasarkan hasil evaluasi uji validitas konstruksi ($r > 0,30$) dan reliabilitas, instrumen CAS menyisakan 22 item valid dengan koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,917. Adapun instrumen CFI menyisakan 19 item valid dengan koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,861.

Analisis data diproses menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data demografi responden. Sebelum pengujian hipotesis, uji asumsi klasik dilakukan terlebih dahulu yang meliputi uji normalitas (berdasarkan rasio Z-skewness dan Z-kurtosis < 3,29), uji linearitas (*Deviation from Linearity* $p > 0,05$), serta uji heteroskedastisitas. Terakhir, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana ($Y = a + bX$) pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ untuk menentukan besarnya peran fleksibilitas kognitif terhadap *celebrity worship*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana antara Fleksibilitas Kognitif (X) terhadap Celebrity Worship (Y)

	B	*SE*	*β*	*t*	*p*	R^2
Entertainment-Sosial	-0,017	0,029	-0,040	-0,580	0,563	0,002
Intense-Personal	-0,013	0,058	-0,016	-0,227	0,821	0,000
Borderline-Pathological	-0,038	0,026	-0,098	-1,442	0,151	0,010

Sumber: Hasil olah data

Tabel 2
Rangkuman Analisis Komparatif Tambahan (One-Way ANOVA)

Variabel	Faktor Demografi	*F*	*p*	Keterangan / Uji *Post Hoc*
Fleksibilitas Kognitif	Jenis Pekerjaan	2,108	0,044*	Pelajar signifikan lebih tinggi dibanding Wiraswasta (p = 0,046)
Celebrity Worship	Durasi Aktivitas Idola	6,614	0,000*	Durasi tinggi (3–4 jam & >6 jam) > Durasi rendah (1–2 jam) (p < 0,05)
Celebrity Worship & CFI	Status Perkawinan	-	> 0,05	Tidak terdapat perbedaan signifikan (p > 0,05)

Sumber: Hasil olah data

Penelitian ini melibatkan 216 responden penggemar K-pop aktif usia dewasa awal yang didominasi oleh perempuan (97,2%) dengan rentang usia terbanyak 18–25 tahun (86,6%). Mayoritas partisipan berpendidikan SMA/SMK (48,6%) dan Sarjana (42,6%), berstatus mahasiswa (50,9%), serta bertempat tinggal di wilayah Jabodetabek (47,7%). Sebagian besar responden telah menjadi penggemar K-pop selama lebih dari 6 tahun (60,2%), memiliki keterlibatan dalam kategori sering (52,8%), dan tergabung dalam komunitas fandom (88,9%). Seluruh uji asumsi klasik telah terpenuhi; data berdistribusi normal (Z < 3,29), memiliki hubungan linier berdasarkan nilai *Deviation from Linearity* (p > 0,05), serta terbebas dari gejala heteroskedastisitas (p > 0,05).

Berdasarkan Tabel 1, hasil pengujian regresi linier sederhana menunjukkan bahwa fleksibilitas kognitif tidak terbukti memiliki peran yang signifikan terhadap seluruh dimensi *celebrity worship*, baik pada dimensi *Entertainment-Social* (p = 0,563), *Intense-Personal* (p = 0,821), maupun *Borderline-Pathological* (p = 0,151). Nilai koefisien determinasi (R^2) yang sangat kecil (0,0% hingga 1,0%) mengindikasikan bahwa fleksibilitas kognitif tidak memprediksi secara langsung keterikatan individu terhadap idola, sehingga hipotesis penelitian ditolak.

Sebagaimana dirangkum pada Tabel 2, analisis komparatif tambahan mengungkapkan bahwa fleksibilitas kognitif berbeda secara signifikan berdasarkan jenis pekerjaan, di mana kelompok pelajar memiliki skor yang lebih tinggi dibandingkan wiraswasta (p = 0,046). Selain itu, durasi harian mengikuti aktivitas idola membedakan tingkat celebrity worship secara signifikan (p = 0,000), terutama antara durasi tinggi (3–4 jam dan >6 jam) dengan durasi rendah (1–2 jam). Sebaliknya, status perkawinan tidak membedakan kedua variabel secara statistik (p > 0,05).

Ketidaksignifikanan peran fleksibilitas kognitif terhadap *celebrity worship* memperjelas dinamika psikologis penggemar K-pop usia dewasa awal. Berdasarkan *Absorption-Addiction Model* dari McCutcheon et al. (2002), keterikatan terhadap figur publik lebih dominan digerakkan oleh pengerahan perhatian (*absorption*) dan emosi untuk memenuhi kebutuhan psikologis internal, seperti pencarian identitas, keintiman, serta rasa memiliki (*sense of belonging*). Fleksibilitas kognitif yang berfungsi dalam pemecahan masalah praktis dan adaptasi harian tidak otomatis diaktifkan untuk mengevaluasi atau membatasi ruang keterikatan emosional terhadap idola. Pada masa dewasa awal yang ditandai oleh pemikiran *post-formal*, individu memiliki fungsi kognitif matang yang memungkinkan mereka melakukan kompartementalisasi antara dunia kerja/akademik dan ruang hiburan emosional. Oleh karena itu, perilaku *celebrity worship* dihayati sebagai mekanisme koping adaptif yang terpisah dan tidak saling meniadakan dengan kemampuan berpikir fleksibel.

Ditinjau dari durasi interaksi, mayoritas partisipan yang telah mengidolakan K-pop selama lebih dari 6 tahun mengindikasikan munculnya proses otomatisasi kognitif (*automaticity*), sebagaimana dijelaskan oleh *Instance Theory of Automaticity* (Logan, 1988) dan teori pemrosesan informasi (Shiffrin & Schneider, 1977). Skema perilaku mengidolakan yang telah terbentuk stabil beroperasi secara otomatis tanpa memerlukan kontrol kognitif aktif dari fleksibilitas berpikir harian. Terkait analisis demografi, perbedaan fleksibilitas kognitif antara pelajar dan wiraswasta mendukung teori *executive functions* (Diamond, 2013), di mana tuntutan akademik melatih fleksibilitas otak secara konstan, sedangkan beban keputusan berulang pada wiraswasta rentan memicu *decision fatigue*. Di sisi lain, durasi interaksi yang lebih tinggi memperkuat *celebrity worship* sejalan dengan prinsip *absorption*, tetapi durasi tersebut tidak memengaruhi fleksibilitas kognitif yang relatif stabil sebagai suatu kapabilitas adaptasi (*trait*).

Secara keseluruhan, fleksibilitas kognitif dan *celebrity worship* merupakan dua konstruksi psikologis yang berjalan pada jalur pemrosesan independen. Keterbatasan penelitian ini terletak pada dominasi sampel perempuan, sebaran geografis yang berpusat di kota besar, serta keterbatasan rentang usia, sehingga temuan belum dapat digeneralisasikan secara mutlak pada populasi yang lebih luas. Implikasi penelitian ini menyarankan peneliti selanjutnya untuk mengeksplorasi variabel-variabel afektif atau dinamika lingkungan sosial yang lebih relevan dalam menjelaskan keterikatan parasosial.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa fleksibilitas kognitif tidak memiliki peran yang signifikan terhadap *celebrity worship* pada penggemar K-pop dewasa awal, sehingga hipotesis penelitian ditolak. Temuan ini menegaskan bahwa fleksibilitas kognitif dan *celebrity worship* merupakan dua konstruk psikologis yang berjalan pada jalur pemrosesan independen. Fleksibilitas kognitif beroperasi pada ranah praktis pemecahan masalah harian dan akademis, sedangkan *celebrity worship* berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan emosional secara terpisah (*compartmentalized*). Ketiadaan peran ini dipicu oleh munculnya proses otomatisasi kognitif (*automaticity*) akibat durasi mengidolakan yang tergolong lama (>6 tahun) serta intensitas partisipasi yang tinggi, sehingga perilaku pengidolaan beroperasi secara otomatis tanpa memerlukan kontrol kognitif aktif. Meskipun demikian, fleksibilitas kognitif terbukti berbeda secara signifikan berdasarkan jenis pekerjaan (pelajar lebih tinggi dibandingkan wiraswasta), dan durasi interaksi harian membedakan tingkat *celebrity worship* secara signifikan (durasi >3 jam menunjukkan keterikatan yang lebih tinggi). Secara umum, fleksibilitas kognitif dan *celebrity worship* berjalan berdampingan tanpa saling meniadakan, di mana kapasitas berpikir fleksibel membantu individu mengelola ekspresi mengagumi idola agar tetap berada dalam taraf yang wajar dan adaptif dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran teoritis diajukan bagi peneliti selanjutnya untuk tidak lagi berfokus pada variabel kognitif intrapersonal, melainkan mengalihkan perhatian pada variabel yang berakar langsung pada dinamika afektif dan kelompok, seperti *need to belong*, kohesi kelompok, atau *attachment style*. Peneliti selanjutnya juga direkomendasikan menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi fenomenologi atau wawancara mendalam guna menggali secara komprehensif bagaimana individu memisahkan logika berpikir rasionalnya saat berinteraksi dengan komunitas dan idola. Selain itu, jangkauan populasi perlu diperluas dengan menyeimbangkan proporsi responden pria, kelompok usia di luar dewasa awal, serta memperluas sebaran geografis ke wilayah non-perkotaan agar temuan dapat digeneralisasikan secara lebih luas. Secara praktis, penggemar K-pop usia dewasa awal diharapkan dapat mempertahankan mekanisme

compartmentalization yang adaptif dengan memisahkan ruang hiburan emosional dan tuntutan dunia nyata, sehingga keterikatan parasosial dapat dimanfaatkan sebagai *coping mechanism* positif tanpa mengabaikan fungsi pemecahan masalah rasional di tempat kerja maupun kampus.

DAFTAR PUSTAKA

Anderson, P. (2002). Assessment and development of executive function (EF) during childhood. *Child Neuropsychology, 8*(2), 71–82.

Aufa, R., Mar'at, S., & Tiatri, S. (2019). Peranan cognitive flexibility, self-esteem, dan loneliness terhadap celebrity worship pada remaja. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, *3*(2), 539–548. https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i2.3483.2019

Barrang, P., Zubair, A. G. H., & Musawwir. (2023). Celebrity worship pada penggemar K-pop berdasarkan demografi. *Jurnal Psikologi Karakter, 3*(1), 100-106.

Brooks, S. K. (2021). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology, 40*(2), 864–886. https://doi.org/10.1007/s12144-018-9978-4

CNN Indonesia. (2022, Januari 26). *Indonesia jadi negara dengan* K-pop*er terbesar di twitter*. CNN Indonesia. Retrieved from https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-K-poper-terbesar-di-twitter

Diamond, A. (2013). Executive functions. *Annual Review of Psychology*, *64*(1), 135–168.

Dennis, J. P., & Vander Wal, J. S. (2010). The *cognitive flexibility* inventory: Instrument development and estimates of reliability and validity. *Cognitive Therapy and Research, 34*(3), 241–253. https://doi.org/10.1007/s10608-009- 9276-4

Hurlock, E. B. (1996). *Developmental psychology: A life-span approach* (5th ed.). McGraw-Hill.

Krismana, M. G., Rahman, P. R. U., & Dimala, C. P. (2023). *Cognitive flexibility* as mediator the effect of loneliness on celebrity worship in early adult korean wave fans in Indonesia. *Jurnal Psikologi, 12*(4), 538-545.

Logan, G. D. (1988). Toward an instance theory of automaticity. *Psychological Review, 95*(4), 492–527.

Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *Journal of Nervous and Mental Disease, 191*(1), 25–29.

Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Gillett, R., Houran, J., & Ashe, D. D. (2004). Personality and coping: A context for examining celebrity worship and mental health. *British Journal of Psychology (2004), 95*, 411–428.

Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Martin, M. M., & Cayanus, J. L. (2004). Celebrity worship, *cognitive flexibility*, and social complexity. *Personality and Individual Differences, 37*, 1475–1482.

Martin, M. M., & Rubin, R. B. (1995). A new measure of *cognitive flexibility*. *Psychological Reports, 76*(2), 623–626.

Martin, M. M., Cayanus, J. L., McCutcheon, L. E., & Maltby, J. (2003). Celebrity worship and cognitive flexibility. *North American Journal of Psychology, 5*, 75–80.

McCutcheon, L., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology, 93*(1), 67-87.

McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., Houran, J., & Maltby, J. (2003). The cognitive profile of individuals who tend to worship celebrities. *The Journal of Psychology, 137*(4), 309–322.

McCutcheon, L. E., Lowinger, R., Wong, M., & Jenkins, W. (2014). Is analytic thinking related to celebrity worship and disbelief in religion?. *North American Journal of Psychology, 16*(3), 453–462.

Rahayu, M. N. M., Aprodita, N. P., & Rasyida, A. (2022). Adapting and testing the Indonesian version of the psychometric properties of the cognitive flexibility inventory (CFI) measuring tool. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi, 7*(3). 246-262. https://doi.org/10.23917/indigenous.v7i3.18851

Sari, N. M. A. W., Iskandar, S., Widianti, E., & Prasetya, N. W. (2025). Cultural adaptation celebrity attitude scale (CAS) in Indonesian community. *The Malaysian Journal of Nursing, 16*(3). 10.31674/mjn.2025.v16i03.022

Shamad, A. M. P. A. (2023). Komodifikasi budaya populer di generasi Z (studi kasus anak muda Sidoarjo). *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, *25*(1), 220-223. https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i1.4387

Shiffrin, R. M., & Schneider, W. (1977). Controlled and automatic human information processing: II. Perceptual learning, automatic attending, and a general theory. *Psychological Review, 84*(2), 127–190.

Uhlendorff, U. (2006). The concept of developmental-tasks and its significance for education and social work. *Social Work and Society, 4*(1), 54–63.