

Cognitive flexibility as Mediator The Effect of Loneliness on Celebrity worship in Early adult Korean Wave Fans in Indonesia

Cognitive Flexibility Sebagai Mediator Pengaruh Loneliness Terhadap Celebrity Worship Pada Dewasa Awal Penggemar Korean Wave Di Indonesia

Muhamad Gilang Krismana ¹

¹Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi
Universitas Buana Perjuangan,
Indonesia

¹Ps19.muhamadkrismana@mhs.ubpkarawang.ac.id

Puspa Rahayu Utami Rahman ²

²Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi
Universitas Buana Perjuangan Karawang,
Indonesia

Email: ²puspa.rahman@ubpkarawang.ac.id

Cempaka Putrie Dimala ³

³Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi
Universitas Buana Perjuangan Karawang,
Indonesia

Email: ³cempaka.putrie@ubpkarawang.ac.id

Correspondence:

Muhamad Gilang Krismana

Program Studi Sarjana Psikologi, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia
Email: ps19.muhamadkrismana@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstract

Celebrity worship is an obsessive-addictive disorder where a person becomes involved in every detail of their idol's activities (Maltby et. al, 2005). This study aims to determine cognitive flexibility as a mediator of the effect of loneliness on celebrity worship in early adult korean wave fans in Indonesia. The research method uses quantitative and causality approaches. The measuring instruments used are the Cognitive Flexibility Inventory (CFI) scale by Dennis & Vander Wal (2010), the UCLA Loneliness Scale (ULS-20) scale by Russel (1996), and the Celebrity Attitude Scale (CAS) scale by Maltby et al (2004). The population of this study was early adult korean wave fans in Indonesia, with a sample of 496 participants including 113 men and 383 women. Mediation analysis was used using the SEM mediation analysis feature of the JASP software version 16. The results showed the value of the direct effect of the loneliness variable on celebrity worship, with a p value of $0.001 < 0.05$, which indicates that the loneliness variable has a significant effect on celebrity worship. On the other hand, the value of the indirect effect between the variable loneliness on celebrity worship and cognitive flexibility as a mediator was obtained, with a p value of $0.001 < 0.05$, which shows that cognitive flexibility functions as a mediator of the effect of loneliness on celebrity worship. which means that the cognitive flexibility variable can reduce celebrity worship caused by the loneliness variable.

Keyword : Cognitive flexibility, loneliness, celebrity worship, korean wave, & Indonesia.

Abstrak

Celebrity worship merupakan gangguan obsesif-adiktif dimana seseorang menjadi terlibat pada setiap detail aktivitas idolanya (Maltby et. al, 2005). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cognitive flexibility sebagai mediator pengaruh loneliness terhadap celebrity worship pada dewasa awal penggemar korean wave di Indonesia. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan kausalitas. Alat ukur yang digunakan adalah skala Cognitive Flexibility Inventory (CFI) oleh Dennis & Vander Wal (2010), skala UCLA Loneliness Scale (ULS-20) oleh Russel (1996), dan skala Celebrity Attitude Scale (CAS) oleh Maltby et al (2004). Populasi penelitian ini merupakan dewasa awal penggemar korean wave di Indonesia, dengan sampel sebanyak 496 partisipan diantaranya 113 laki-laki dan 383 perempuan. Analisis mediasi digunakan menggunakan fitur SEM mediation analysis dari perangkat lunak JASP versi 16. Analisis mediasi digunakan menggunakan fitur SEM mediation analysis dari perangkat lunak JASP versi 16. Hasil penelitian menunjukkan nilai pengaruh langsung variabel loneliness terhadap celebrity worship. Di sisi lain, nilai pengaruh tidak langsung antara variabel loneliness terhadap celebrity worship dan cognitive flexibility sebagai mediator diperoleh, dengan nilai $p 0,001 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa cognitive flexibility berfungsi sebagai mediator pengaruh loneliness terhadap celebrity worship. yang berarti variabel cognitive flexibility dapat penurunan celebrity worship yang disebabkan oleh variabel loneliness.

Kata Kunci : Cognitive flexibility, loneliness, celebrity worship, korean wave, & Indonesia.

Copyright (c) 2023 Muhamad Gilang Krismana, Puspa Rahayu Utami Rahman & Cempaka Putrie Dimala

Received 2023-08-14

Revised 2023-10-10

Accepted 2023-11-15



LATAR BELAKANG

Istilah “gelombang budaya Korea Selatan” atau “Hallyu” mengacu pada fenomena budaya yang telah menyebar di seluruh dunia, termasuk Indonesia (I. P. Putri et al., 2019). *Korean wave* atau gelombang budaya Korea adalah terjemahan dari kata *Hallyu*, *Han* adalah “Hankuk” yang berarti kata Korea dan “*Lyu*” yang berarti kata arus. Istilah ini pertama kali diciptakan oleh media di China yaitu “*Beijing Daily Youth*”, kata *Hallyu* digunakan untuk memberitakan keberhasilan konser grup idola K-pop yang sukses di Beijing pada November 1999 (Kim, 2010). Setelah itu, istilah ini menjadi sangat populer untuk menggambarkan budaya Korea Selatan di negara lain. *Korean wave* menyebar melalui konten-konten budaya antara lain K-Pop, drama Korea, *fashion*, makanan, *produk kecantikan*, dan sebagainya (Valenciana & Pudjibudojo, 2022).

Di Indonesia, *korean wave* telah menjadi bagian dari budaya populer di berbagai kalangan masyarakat. Penyebaran konten *korean wave* yang sangat mudah melalui media massa, menjadikan *korean wave* dengan mudah menarik hati para penggemarnya. Hal ini menjadikan Indonesia negara urutan kedua di dunia dalam hal jumlah penonton video musik *BTS* di platform *Youtube*, yang mencapai 54.5 juta penonton (Purparisa, 2020). Kemudian, populernya series drama Korea “*Squid Game*” membuat *trend fashion* baru di Indonesia, banyaknya minat terhadap *outfit* ala “*Squid Game*” menyebabkan pada meningkatnya penjualan di beberapa *marketplace* seperti *Shopee* atau *Tokopedia* (Dellanita, 2021). Hal ini menunjukkan besarnya minat masyarakat Indonesia terhadap konten budaya Korea. Pada tahun 2020, Korean Foundation for International Cultural Exchange melaporkan bahwa Indonesia adalah negara keempat di dunia yang paling tertarik dengan gelombang Korea, dimana setiap satu dari dua orang di Indonesia menyukai hal-hal yang terkait dengan Korea (KOFIICE, 2021).

Konsumsi budaya Korea secara terus-menerus membentuk suatu kondisi hiperrealitas yang mendorong orang untuk mengonsumsi produk terlalu banyak tanpa alasan, keuntungan, atau pertimbangan khusus (Wahidah et al., 2020). Penggemar *Korean wave* sering dicap negatif karena perilaku yang dianggap berlebihan, histeris, obsesif, adiktif, dan konsumtif. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa mereka sangat senang menghabiskan banyak uang untuk membeli barang-barang idolanya, seperti *merchandise*, tiket konser, dan album. Perilaku yang terlalu mengidolakan idolanya dapat menunjukkan fanatisme yang ditimbulkan, yang secara tidak sadar telah bertindak lebih dari sekedar ketertarikan biasa terhadap selebriti idolanya. Bahkan, para penggemar dapat menggunakan media sosial untuk secara terbuka menyatakan cinta mereka kepada idolanya. Mereka memiliki kemampuan untuk dengan bebas mengungkapkan perasaan mereka kepada selebriti dan penggemar yang mereka idolakan (A. F. Putri, 2018).

Unsur loyalitas para penggemar terhadap idolanya tidak jarang sampai menimbulkan bentuk perilaku agresif dimana dua atau semakin banyak kelompok penggemar yang berbeda-beda saling menyerang dengan adu hashtag dan

ujaran kebencian dalam upaya menjatuhkan satu sama lain dari *fandom* atau selebriti lainnya (Nurmaulidiya, 2023). Perilaku penggemar *korean wave* tersebut, menunjukkan adanya obsesi penggemar terhadap selebriti idolanya dan menggambarkan sebuah bentuk pemujaan terhadap sosok selebriti atau biasa disebut dengan istilah *celebrity worship*.

Celebrity worship atau pemujaan selebriti adalah jenis interaksi satu arah yang disebut “interaksi para sosial” dimana seseorang terlibat dengan selebriti atau tokoh media yang mereka tonton (Dhia, 2022). Menurut Lange dan Houran (2002), *celebrity worship* atau pemujaan selebriti adalah ketika seseorang menjadi terobsesi dengan seseorang atau beberapa selebriti dan tertarik dengan kehidupan pribadi mereka. (Ayu & Astiti, 2020). Brooks (2021) mendefinisikan *celebrity worship* atau pemujaan selebriti sebagai kecenderungan keterlibatan obsesif dimana seseorang mengidolakan selebriti hingga tingkat yang hampir menyerupai obsesi (Brooks, 2021). Penggemar memiliki ikatan psikologis yang kuat dengan artis idolanya, dan seiring berjalannya waktu, identifikasi dengan artis idolanya dapat berkembang menjadi perasaan yang mendalam (Nurmaulidiya, 2023). Raviv (1996) menyatakan bahwa keterlibatan dengan sosok selebriti idolanya berkorelasi positif dengan tingkat pemujaan seseorang terhadap idolanya (*celebrity involvement*) (Darfianti & Putra, 2012). Menurut tingkat ini, semakin banyak seseorang memuja atau terlibat dengan selebriti yang diidolakannya, semakin dekat mereka dengan selebriti tersebut. Akibatnya, perilaku pemujaan selebriti terbentuk dari bentuk kekaguman ini, yang dikenal sebagai *celebrity worship* (Widjaja & Ali, 2015).

Celebrity worship terbagi menjadi tiga tingkatan atau level: *entertainment social*, *intense personal*, dan *borderline pathological* (Maltby, Day, McCutcheon, Gillett, et al., 2004). Pada tingkatan pertama adalah *entertainment-social*, yaitu seseorang menilai selebriti idolanya sebagai sumber hiburan dan bisa meningkatkan aktivitas sosial dengan orang lain. Tingkatan selanjutnya adalah *intense-personal*, mengacu pada refleksi dari perasaan intens dan kompulsif seseorang terhadap figur selebriti yang disukai. Pada tingkatan ini individu sudah mulai mengindikasikan obsesi ringan hingga menengah. Tingkatan ketiga, *borderline pathological* merupakan refleksi dari sikap dan perilaku *social pathological* seseorang. Tingkatan ini mengindikasikan obsesi ekstrim, yaitu ketika seseorang terlalu terpicat dan mengidentifikasi idolanya secara berlebihan. Pada tingkatan ini, seseorang bisa sampai melakukan tindakan ilegal seperti *stalking* ataupun mengalami gangguan seperti *erotomania* (Dhia, 2022).

Celebrity worship cenderung lebih lazim terjadi atau dialami oleh populasi remaja, dimana pengidolaan terhadap publik figur bagi remaja dapat digunakan sebagai cara untuk mengembangkan identitas diri mereka (Nurmaulidiya, 2023). Hal ini berbeda dengan hasil penelitian Widjaja dan Ali (2015) mengenai “Gambaran *celebrity worship* pada dewasa awal di Jakarta” menunjukkan bahwa 165 responden berada ditingkat *intense personal* dan *borderline pathological*, sedangkan 85 responden berada di tingkat *entertainment social*. Sebagian besar responden memiliki perasaan intensif,

obsesif, dan kompulsif terhadap selebriti idolanya. Pada penelitian ini tidak menemukan penurunan perilaku pemujaan selebriti pada usia dewasa awal (Widjaja & Ali, 2015).

Sebuah studi yang dilakukan oleh Boon DAN Lomore (2001) menemukan bahwa 75% orang dewasa muda menunjukkan minat yang kuat terhadap pemujaan selebriti dalam kehidupan mereka. Bintang film, idola pop, dan selebriti lainnya adalah yang paling diminati (Dewi & Indrawati, 2019). Temuan ini sejalan dengan penelitian Shofa (2017) bahwa dewasa awal masih ditemukan melakukan pemujaan terhadap selebriti. Hal ini terjadi karena, individu tersebut gagal dalam memenuhi intimasi dan kesulitan untuk melepaskan kebiasaan mengidola yang telah dilakukan sejak remaja (Shofa, 2017).

Perilaku *celebrity worship* memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya *cognitive flexibility*, *self esteem* (Aufa et al., 2019) dan *loneliness* (Brooks, 2021). Russel (1996) mendefinisikan kesepian sebagai gangguan perasaan yang disebabkan oleh ketidakmampuan seseorang untuk mencapai kehidupan sosial yang diharapkan seperti tidak bersemangat, sedih, suka menyendiri, merasa tidak memiliki orang yang dapat dipercaya, dan tidak dapat bergaul dengan orang lain (Russell, 1996). Menurut pendapat Perman dan Peplau (1981) ketidaksesuaian antara kenyataan dan harapan tentang hubungan sosial seseorang menyebabkan kesepian (Perlman & Peplau, 2016). Selain itu, Maes et al. (2019) mendefinisikan *loneliness* sebagai perasaan yang tidak menyenangkan, ketika seseorang memersepsikan bahwa hubungan sosial mereka menjadi berkurang, baik dalam segi jumlah maupun kualitas yang tidak sesuai dengan apa yang orang tersebut inginkan (Maes et al., 2019).

Keterkaitan antara *loneliness* dan *celebrity worship* telah diteliti oleh beberapa peneliti dengan hasil yang bervariasi. Aufa, Mar'at, dan Tiatri (2019) menjelaskan hasil penelitian mereka yang menemukan bahwa kesepian memiliki nilai beta sebesar 25,5% yang berkontribusi positif pada pemujaan selebriti (Aufa et al., 2019). Namun, dalam penelitian Fatimah, Noviekayati, dan Rina (2021) pada populasi penggemar NCTzens, tidak ditemukan adanya hubungan yang signifikan antara kesepian dengan perilaku *celebrity worship* kepada artis idolanya. Responden menunjukkan perilaku pengabdian kepada artis idolanya tetapi tetap dalam batas normal (Fatimah, 2021). Kemudian, Sasmita dan Syukriah (2022) menyatakan bahwa dari hasil penelitian yang telah dilakukan hubungan antara kesepian dan harga diri dengan *celebrity worship*, ditemukan bahwa tidak ada hubungan antara kesepian dan *celebrity worship* kepada idola pada mahasiswa yang menyukai K-pop di anggota komunitas *Korean culture club* ITB (Sasmita & Syukriah, 2022).

Asche dan McCutcheon (2001), menyatakan karna hubungan para sosial tidak memiliki banyak tuntutan sosial, orang yang merasa kesepian dan pemalu cenderung lebih tertarik pada hubungan para sosial (Ashe & McCutcheon, 2001). Menurut Iannone et al. (2018) bahwa orang-orang yang memiliki kebutuhan kuat akan membangun hubungan satu arah untuk membentuk perilaku pemujaan terhadap

selebriti idolanya dan sering merasa dikucilkan, sehingga mereka menggunakan media sosial untuk terlibat dalam perilaku tersebut. orang-orang yang merasa kesepian ditemukan lebih banyak menggunakan media sosial daripada mereka yang tidak merasa kesepian (Yuniarti, 2022). Ini sejalan dengan *absorption-addiction model* yang dikembangkan oleh McCutcheon et al (2002), yang menjelaskan bahwa seseorang melakukan penyerapan (*absorption*) terhadap selebriti idolanya untuk membentuk identitas diri dan rasa pemenuhan (*sense fulfillment*). Hal tersebut menunjukkan bahwa individu yang mengalami *celebrity worship* biasanya memiliki “kekosongan” dalam dirinya yang harapannya dapat diatasi melalui berbagai aktivitas menggemari idolanya (McCutcheon et al., 2002).

Dinamika hubungan *loneliness* terhadap *celebrity worship* dalam pemaparan di atas belumlah konsisten, sebagai peneliti menduga diperlukan penelitian lanjutan yang menghadirkan variabel mediator yaitu *cognitive flexibility*. Martin et al. (2003) dalam penelitiannya mengenai “*celebrity worship* dan *cognitive flexibility*” menemukan *cognitive flexibility* memiliki hubungan dengan dua aspek *celebrity worship*, dengan hubungan negatif dan signifikan adalah *intense-personal* dan *borderline-pathological* (Martin & Maltby, 2003). Elvina (2019) juga menambahkan dari hasil penelitian pada 151 responden terdapat hubungan negatif dan signifikan antara *celebrity worship* dan *cognitive flexibility*. Hal ini menunjukkan bahwa penggemar K-Pop memiliki tingkat pemujaan selebriti yang rendah karna fleksibilitas kognitif yang dimiliki tinggi, dan sebaliknya (Elvina & Rizkya, 2019).

Chaplin (2006) menjelaskan bahwa individu yang fleksibel mudah menyesuaikan diri dan memiliki karakteristik yang memungkinkan mereka untuk dengan cepat mengubah cara mereka berpikir. Individu dengan tingkat kecerdasan yang tinggi biasanya dicirikan dengan keterbukaan berpikir dan kemampuan untuk beradaptasi (Setyawan, 2020). Menurut Canas et al. (2006), fleksibilitas kognitif adalah kemampuan seseorang untuk menyesuaikan pemrosesan kognitifnya untuk beradaptasi dengan lingkungan baru dan tidak menentu (Canas et al., 2006). Kemudian, Martin dan Rubin (1995) *cognitive flexibility* didefinisikan sebagai (a) kesadaran seseorang bahwa dalam situasi apa pun pasti ada berbagai alternatif pilihan, (b) fleksibel dan beradaptasi dengan situasi, dan (c) *self efficacy* dalam bersikap fleksibel. Sementara itu, Dennis dan Vanderwal (2010) mendefinisikan *cognitive flexibility* yang meliputi (a) kesadaran individu bahwa di situasi apa pun akan selalu ada alternatif solusi yang bisa dipilih, (b) kemauan individu untuk beradaptasi dan fleksibel dalam berbagai situasi, dan (c) efikasi diri individu tersebut bahwa dirinya mampu untuk menjadi fleksibel (Dennis & Vander Wal, 2010).

Disisi lain, beberapa penelitian menunjukkan bahwa *cognitive flexibility* dapat berperan sebagai mediator. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Shababang (2020) terhadap 300 mahasiswi Universitas Guailan, *celebrity worship* berkorelasi dengan kesejahteraan psikologis dan *cognitive flexibility* secara signifikan. *Cognitive flexibility* juga memiliki peran mediasi dalam hubungan antara *celebrity*

worship dan kesejahteraan psikologis. Dengan kata lain, dengan meningkatnya *cognitive flexibility* masalah kesejahteraan psikologi yang disebabkan oleh *celebrity worship* akan berkurang (Shabahang et al., 2020). Dalam penelitian Shabahang (2019) lainnya, *cognitive flexibility* dan *emotional regulations* secara signifikan memprediksi *celebrity worship*. Meningkatnya *cognitive flexibility* dan kemampuan *emotional regulations* dapat mengurangi *celebrity worship*, yang dikaitkan dengan banyak gangguan fisik, psikologis, serta konsekuensi sosial dan budaya yang negatif (Shabahang et al., 2019).

Dengan hasil penelitian sebelumnya yang berbeda dan belum konsisten. Peneliti merasa bahwa variabel *loneliness*, *celebrity worship*, dan *cognitive flexibility* masih perlu diteliti dan dilihat pengaruhnya lebih lanjut. Oleh karena itu peneliti menjadikan *cognitive flexibility* sebagai mediator untuk dapat memberikan pengaruh yang konsisten pada variabel *loneliness* dan *celebrity worship*, sehingga penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *loneliness* dan *celebrity worship* dengan *cognitive flexibility* sebagai variabel mediator pada populasi penggemar *korean wave* di Indonesia, khususnya kalangan usia dewasa awal.

METODE PENELITIAN

Responden penelitian ini merupakan penggemar *korean wave* di Indonesia. Dengan rentang usia responden pada penelitian ini yaitu 18-35 tahun, yang berada pada tahap perkembangan dewasa awal. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan design penelitian kausalitas. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling, dengan penentuan besaran sampel penelitian menggunakan teori Lemeshow (1997) dengan jumlah minimal sampel penelitian adalah 96 responden. Alasan, penggunaan teori ini karena populasi sasaran terlalu besar dengan jumlah yang bervariasi.

Data yang diperoleh dari responden dengan menggunakan kuesioner dianalisis menggunakan teknik *path analysis* atau analisis jalur yang berdasarkan regresi. *Path analysis* digunakan untuk menguji peran mediasi dengan menggunakan perangkat lunak JASP versi 16.4, tools yang digunakan pada perangkat lunak tersebut yaitu *mediation analysis*.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu *cognitive flexibility*, *loneliness*, dan *celebrity worship*. *Cognitive flexibility* diukur dengan menggunakan alat ukur *Cognitive Flexibility Inventory* (CFI) dari teori Dennis & Vander Wal (2010) yang telah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia, terdiri dari 20 aitem pernyataan dengan *Cronbach's Alpha* 0,841. *Cognitive flexibility* terbagi menjadi dua aspek yaitu *alternative* dan *control*. Skor likert untuk skala ditampilkan dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), apabila semakin tinggi skor maka semakin tinggi *cognitive flexibility* yang dimiliki (Rahayu et al., 2022).

Pengukuran variabel *loneliness* dalam penelitian ini menggunakan alat ukur *UCLA Loneliness Scale* (ULS-20) yang diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia berdasarkan teori Russell (1996) dengan jumlah 20 aitem pernyataan dengan *Cronbach's Alpha* 0,791. *Loneliness* memiliki satu faktor yaitu

global loneliness dimensin. Skor likert untuk skala ditampilkan dari skor 1 (tidak pernah) hingga 4 (sering), apabila semakin tinggi total skor maka semakin tinggi *loneliness* yang dimiliki (Hudiyana et al., 2022).

Variabel *celebrity worship* diukur menggunakan skala *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang telah diadaptasi atau diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. *Celebrity Attitude Scale* (CAS) terdiri dari 22 aitem pernyataan dengan *Cronbach's Alpha* 0,915. *Celebrity worship* terdiri dari tiga subskala, yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, & *borderline-pathological*. Skor likert untuk skala ditampilkan dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), apabila semakin tinggi total skor maka semakin tinggi *celebrity worship* yang dimiliki (Maltby, Day, McCutcheon, Martin, et al., 2004).

HASIL PENELITIAN

Karakteristik dalam penelitian ini merupakan laki-laki dan perempuan pada tahap perkembangan dewasa awal yang menyukai budaya Korea Selatan. Pada penelitian ini terdapat 496 subjek, diantaranya berjenis kelamin perempuan 383 subjek dengan persentase 77,2%. Sedangkan laki-laki sejumlah 113 subjek dengan persentase 22,8%.

Tabel 1. Deskriptif Statistik

	N	Min	Max	Mean	Sd. Dev
<i>Loneliness</i>	496	20	80	54,4	15,23
<i>Cognitive flexibility</i>	496	53	100	78,6	8,82
<i>Celebrity worship</i>	496	22	110	79,6	19,53

Tabel 1 menunjukkan hasil bahwa variabel *loneliness* memiliki nilai rata-rata 54,4, dengan nilai terendah 20 dan nilai tertinggi 80, standar deviation dari variabel *loneliness* yaitu 15,23. Nilai rata-rata dari variabel *cognitive flexibility* yaitu 78,65 dengan nilai terendah yaitu 53 dan nilai tertinggi 100, *cognitive flexibility* memiliki standar deviation yaitu 8,8. Adapun nilai rata-rata 76,97 untuk variabel *celebrity worship*, dengan nilai terendah 22 dan nilai tertinggi 110, nilai standar deviasi adalah 19,53.

Uji asumsi pada penelitian ini, yaitu uji normalitas dilakukan dengan melihat nilai dari Skewness dan Kurtosis, hal ini dilakukan karena peserta penelitian berjumlah 496 dan jumlah tersebut termasuk dalam kategori sampel besar. (Field, 2018). Jika nilai Skewness dan Kurtosis variabel berada di antara -1,96 dan 1,96, maka data penelitian dianggap terdistribusi normal. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai Skewness dan Kurtosis masing-masing variabel berada di antara -1,96 dan 1,96 yang menunjukkan bahwa data penelitian ini terdistribusi normal. Dalam uji linearitas taraf signifikansi deviation form linearity sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Dengan demikian, hubungan linear antara variabel ditemukan dalam data penelitian.

Dengan menggunakan perangkat lunak JASP versi 16.4 yang memiliki fitur SEM mediation analysis, analisis data kuesioner ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang dibuat untuk mengetahui bagaimana pengaruh *loneliness* berdampak terhadap *celebrity worship* dengan *cognitive*

flexibility sebagai variabel mediator, data yang diperoleh di bawah ini merupakan hasil analisis.

Tabel 2. Direct Effects

	Estimate	Std. Error	Z-value	p
Loneliness → Celebrity worship	-0,424	0,127	-3,340	< ,001

Berdasarkan hasil perhitungan *direct effects* yang ditunjukkan di tabel 2, diketahui nilai p-value sebesar 0,001 < 0,05 yang menunjukkan secara langsung *loneliness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *celebrity worship*.

Tabel 3. Path Coefficients

Variabel	Sig	Kriteria	Keterangan
Cognitive Flexibility → Celebrity worship	< 0,001		Ada Pengaruh
Loneliness → Celebrity worship	< 0,001	< 0.05	Ada Pengaruh
Loneliness → Cognitive flexibility	< 0,001		Ada Pengaruh

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 3 *path coefficients* diketahui bahwa nilai taraf signifikansi p 0,001 < 0,05 yang berarti secara langsung variabel *cognitive flexibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *celebrity worship*. Pada pengujian pengaruh langsung variabel *loneliness* terhadap *celebrity worship* didapatkan nilai signifikansi dengan p-value 0,001 < 0,05. Hal ini menunjukkan

bahwa *loneliness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *celebrity worship*. Nilai signifikansi dengan p-value 0,001 < 0,05 juga didapatkan pada pengujian pengaruh langsung pada variabel *loneliness* terhadap *cognitive flexibility* menunjukkan bahwa variabel *loneliness* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel *cognitive flexibility*.

Tabel 4. Indirect Effects

	Estimate	Std. Error	Z-value	p
Loneliness → Cognitive flexibility → Celebrity worship	-0,240	0,067	-3,576	< 0,001

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4 diatas terkait *indirect effect* antara variabel *loneliness* dengan *celebrity worship* dan *cognitive flexibility* sebagai variabel mediator,

diperoleh nilai dari p-value sebesar 0,001 < 0,005 yang berarti variabel *cognitive flexibility* dapat berperan sebagai variabel mediator antara *loneliness* dan *celebrity worship*.

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adj R Square
1	0,740 ^a	0,547	0,545

Berdasarkan tabel 5 diatas menunjukkan bahwa nilai uji koefisien determinasi (R²) sebesar 0,547, artinya bahwa variabel *loneliness* dan *cognitive flexibility* berpengaruh sebesar 54,7% terhadap *celebrity worship*. 46,3% lainnya

dipengaruhi variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. maka dapat disimpulkan bahwa *loneliness* dan *cognitive flexibility* secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap *celebrity worship*.

Tabel 6. Hasil Uji-t dan Anova Perbedaan Rendahnya Celebrity Worship

Perbedaan	t	F	p	Hasil
Jenis Kelamin	-1,386	16,555	0,116	Tidak ada perbedaan
Usia	-	25,587	0,000	Ada perbedaan
Pendidikan	-	8,232	0,000	Ada perbedaan
Budaya Korea	-	7,505	0,000	Ada perbedaan

Berdasarkan uji-t dan anova pada tabel 6 menunjukkan jenis kelamin memiliki nilai t -1,386 dan signifikansi p-value 0,166 > 0,05 yang artinya bahwa terdapat perbedaan tingkat *celebrity worship* pada laki-laki dan perempuan. Pada data demografis menunjukkan usia memiliki nilai f 25,587 dan signifikansi 0,000 < 0,05 yang artinya bahwa ada perbedaan tingkat *celebrity worship* pada usia, dengan rentang usia 30-35 tahun memiliki mean tertinggi yaitu 92,79. Selain itu, pendidikan menunjukkan memiliki nilai f 8,232 dan

signifikansi 0,000 < 0,05 yang artinya bahwa ada perbedaan tingkat *celebrity worship* pada jenjang pendidikan, dengan jenjang pendidikan S3 memiliki mean tertinggi yaitu 96,75. Pada konten *korean wave* yang disukai didapatkan nilai f 7,505 dan signifikansi 0,000 < 0,05 yang artinya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat *celebrity worship* pada konten *korean wave*, dengan *K-Drama* memiliki mean tertinggi yaitu 83,69.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *loneliness* terhadap *celebrity worship* dengan *cognitive flexibility* sebagai variabel mediator. Perhitungan pada proses analisis data dilakukan dengan JASP versi 16.4 dengan menggunakan fitur SEM *mediation analysis*. Pada penelitian ini terdapat 496 subjek, diantaranya berjenis kelamin perempuan 383 dengan persentase 77.2%. Sedangkan, laki-laki sejumlah 113 subjek dengan persentase 22.8%.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H1) diketahui nilai *direct effects* dengan taraf signifikansi *p-value* 0,001 <0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh *loneliness* terhadap *celebrity worship*. Menurut Malby et al. (2005) *celebrity worship* merupakan gangguan obsesif-adiktif dimana setiap individu menjadi saling terlibat dalam setiap detail aktivitas idolanya, semakin banyak seseorang memuja, mengagumi, atau merasa terhubung dengan selebriti yang diidolakan, semakin besar keintiman mereka terhadap selebriti tersebut (Maltby et al., 2005). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya menemukan hubungan positif dan signifikan *loneliness* terhadap *celebrity worship* pada pengguna *fan account* BTS di Twitter (Yuniarti, 2022).

Kecemasan dan rasa kesepian yang tinggi menyebabkan seseorang terlibat dalam *celebrity worship* sebagai pelarian dari tuntutan hidup (Brown, 2015). Penggemar akan terus terhubung dengan selebriti idolanya melalui kegiatan pemujaan selebriti, yang dapat membantu mereka mengatasi kesiapan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang tercipta dengan selebriti idolanya dianggap sebagai kompensasi dari rasa kesepian yang disebabkan oleh kurangnya hubungan yang mendalam dengan lingkungan sosial mereka (Kurtin et al., 2019). McCutcheon et al (2003) menambahkan bahwa individu yang memiliki *celebrity worship* cenderung akan menunjukkan ketidakmampuan dalam membangun hubungan sosialnya. Individu memilih idola sebagai bentuk interaksi yang lebih mudah karena kemungkinan tidak akan mendapatkan bentuk penolakan

Pada hasil pengujian hipotesis (H2), didapatkan nilai taraf signifikansi sebesar *p-value* 0,001 <0,05 dimana H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh *loneliness* terhadap *cognitive flexibility*. Hasil penelitian ini sesuai dengan Morris dan Mansell (2018) bahwa pada individu dengan tingkat *cognitive flexibility* yang rendah, *loneliness* ditemukan dapat mempengaruhi harapan secara negatif terhadap harapan dan mengakibatkan meningkatnya masalah penyesuaian psikologis. Hal ini disebabkan karena individu dengan *cognitive flexibility* yang rendah menunjukkan kekakuan atau bersikeras pada pola perilaku dan kognitif tertentu yang telah dibangun sebelumnya, bahkan ketika pola tersebut tidak berfungsi lagi (Akdeniz & Gültekin Ahçı, 2023)

Pada hasil pengujian hipotesis (H3), didapatkan nilai taraf signifikansi sebesar *p-value* 0,001 <0,05 dimana H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh *cognitive flexibility* terhadap *celebrity worship*. Menurut Martin et al. (2003) individu dengan *cognitive flexibility*

rendah akan cenderung terserap oleh hubungan satu arah dengan selebriti yang membuat mereka menjadi sangat terobsesi dengan selebriti yang mereka idolakan (Martin & Maltby, 2003). McCutcheon et al. (2003) menambahkan bahwa individu yang memiliki fungsi kognitif tinggi akan cenderung terhindar dari absorpsi dalam hubungan satu arah (fantasi) tentang sang selebriti (McCutcheon et al., 2003). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif dan signifikan antara *celebrity worship* dan *cognitive flexibility* (Elvina & Rizkya, 2019)

Pada hasil pengujian hipotesis (H4), didapatkan nilai *indirect effects* dengan taraf signifikansi sebesar *p-value* 0,001 <0,05 dimana H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel *cognitive flexibility* terbukti berperan sebagai variabel mediator terhadap *loneliness* dan *celebrity worship*. Dengan kata lain, dengan meningkatnya *cognitive flexibility*, masalah *celebrity worship* yang disebabkan oleh *loneliness* akan berkurang. Menurut Canas et al (2006) menjelaskan bahwa individu dengan tingkat *celebrity worship* tinggi menunjukkan adanya kekakuan dalam proses kognitif. Kekakuan kognitif inilah yang menghambat individu dalam mengubah perilakunya sesuai dengan berbagai situasi dan kebutuhan sosial (Laksono & Noer, 2021). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, Shabahang (2020) terhadap 300 mahasiswi Universitas Guailan, pemujaan selebriti berkorelasi dengan kesejahteraan psikologis dan *cognitive flexibility* secara signifikan. *Cognitive flexibility* juga memiliki peran mediasi dalam hubungan antara *celebrity worship* dan kesejahteraan psikologis (Shabahang et al., 2020).

Secara data demografis dari hasil uji beda dan Anova didapatkan bahwa ada perbedaan pada kelompok usia 30 – 35 tahun, individu pada usia tersebut memiliki tingkatan *celebrity worship* yang lebih tinggi. Hal ini tidak sejalan dengan Raviv et al. (1996) puncak *celebrity worship* biasanya muncul pada usia remaja dan akan berkurang setelah melewati usia tersebut, apabila seseorang masih melakukan *celebrity worship* hal ini mungkin disebabkan oleh proses pencarian dan pembentukan identitas individu yang belum selesai. Faktanya pada penelitian ini rentang usia 30 – 35 tahun masih memiliki tingkatan *celebrity worship* yang tinggi, hal ini dapat disebabkan oleh rasa kecanduan yang terlihat dari perilaku mengidolakan dan mencari kesenangan tanpa mempertimbangkan manfaat dan tujuan dari kegiatan tersebut. Jadi, kecintaan terhadap selebriti menjadi sulit untuk dilepaskan karena percaya bahwa ini adalah satu-satunya cara untuk menghilangkan stres dan hiburan (Shofa, 2017).

Pada kategori konten *korean wave*, menunjukkan ada perbedaan pada kelompok, individu yang menyukai konten *K-Drama* memiliki tingkatan *celebrity worship* yang lebih tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian Dewi dan Suminar (2022) mengenai “*Adult attachment style* dan *celebrity worship* pada wanita dewasa awal penggemar drama Korea” bahwa tingkat *celebrity worship* berada di kategori tinggi dan sedang (Tri Dewi & Retno Suminar, 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dengan nilai signifikansi indirect effect $p < 0,000 < 0,05$, hasil analisis data mendukung hipotesis mayor pada penelitian bahwa *cognitive flexibility* dapat berfungsi sebagai mediator antara variabel *loneliness* dan *celebrity worship*. Ini menunjukkan bahwa *cognitive flexibility* dapat membantu mengurangi tingkat *celebrity worship* yang disebabkan oleh *loneliness*. Variabel *loneliness* dan *cognitive flexibility* secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap *celebrity worship* sebesar 54,7%.

Untuk memperbarui hasil dan mendapatkan hasil yang relevan, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penambahan pada karakteristik responden, seperti lamanya mereka menyukai idolanya, status perkawinan, dan subjek penelitian yang berbeda. Dengan menggunakan variabel bebas tambahan, peneliti yang berminat dapat menyelidiki faktor-faktor lebih luas yang mempengaruhi perilaku *celebrity worship*. Dengan adanya perbedaan pada kategori usia (30-35), pendidikan (S3), dan konten *korean wave* (K-Drama) yang memiliki tingkatan *celebrity worship* lebih tinggi dapat menjadi referensi untuk memperluas keilmuan pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akdeniz, S., & Gültekin Ahçı, Z. (2023). The role of cognitive flexibility and hope in the relationship between loneliness and psychological adjustment: a moderated mediation model. *Educational and Developmental Psychologist*, 40(1), 74–85. <https://doi.org/10.1080/20590776.2022.2050460>
- Ashe, D. D., & McCutcheon, L. E. (2001). Shyness, loneliness, and attitude toward celebrities. *Current Research in Social Psychology*, 6(9).
- 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. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i2.3483.2019>
- Ayu, N. W. R. S., & Astiti, D. P. (2020). Gambaran Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 203. <https://doi.org/10.24014/pib.v1i3.9858>
- 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>
- Brown, W. J. (2015). Examining Four Processes of Audience Involvement With Media Personae: Transportation, Parasocial Interaction, Identification, and Worship. *Communication Theory*, 25(3), 259–283. <https://doi.org/10.1111/comt.12053>
- Canas, J. J., Fajardo, I., & Salmeron, L. (2015). Cognitive Flexibility. *SpringerBriefs in Ethics*, February, 63–72. https://doi.org/10.1007/978-3-319-23517-2_4
- Darfianti, D., & Putra, B. A. (2012). Pemujaan terhadap Idola Pop sebagai Dasar Intimate Relationship pada Dewasa Awal: sebuah studi kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian Dan Sosial*, 1(2), 53–60.
- 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>
- Dewi, D. P. K. S., & Indrawati, K. R. (2019). Gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(02), 291. <https://doi.org/10.24843/jpu.2019.v06.i02.p08>
- Elvina., & Rizkya. (2019). Hubungan Antara Fleksibilitas Kognitif dan Pemujaan Selebriti Pada Remaja Penggemar K-Pop. Skripsi Thesis, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Fatimah, N. (2021). Hubungan antara Loneliness dengan Perilaku Celebrity Worship Pada Remaja Komunitas Nctzens di Indonesia. *Doctoral Dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 105(3), 129–133. <http://repository.untag-sby.ac.id/10541/>
- Hudiyana, J., Lincoln, T. M., Hartanto, S., Shadiqi, M. A., Milla, M. N., Muluk, H., & Jaya, E. S. (2022). How Universal Is a Construct of Loneliness? Measurement Invariance of the UCLA Loneliness Scale in Indonesia, Germany, and the United States. *Assessment*, 29(8), 1795–1805. <https://doi.org/10.1177/1073191211034564>
- Kim, J.-E. (2010). “Korean Wave” in China: Its Impact on the South Korean-Chinese Relations. November, 28.
- KOFIICE. (2021). *Diagnosing the present and future of Hallyu across the world*.
- Kurtin, K. S., O'Brien, N. F., Roy, D., & Dam, L. (2019). Parasocial relationships with musicians. *The Journal of Social Media in Society*, 8(2), 30–50. <https://www.thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/502>
- Laksono, A. P., & Noer, A. H. (2021). Idolaku, Sumber Intimacy-ku: Dinamika Celebrity Worship dan Tugas Perkembangan Dewasa Awal Pecinta Kpop. *Jurnal Psikologi*, 17(2), 139. <https://doi.org/10.24014/jp.v17i2.12837>
- Maes, M., Qualter, P., Vanhalst, J., Van den Noortgate, W., & Goossens, L. (2019). Gender Differences in Loneliness Across the Lifespan: A Meta-Analysis. *European Journal of Personality*, 33(6), 642–654. <https://doi.org/10.1002/per.2220>
- 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*, 95(4), 411–428. <https://doi.org/10.1348/0007126042369794>
- 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(7), 1475–1482. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.02.004>
- 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>
- Martin, M. M., & Maltby, J. (2003). *Celebrity Worship and Cognitive Flexibility*.
- McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., Houran, J., & Maltby, J. (2003). A cognitive profile of individuals who tend to worship celebrities. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 137(4), 309–322. <https://doi.org/10.1080/00223980309600616>
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, 93(1), 67–87. <https://doi.org/10.1348/000712602162454>
- Nurmaulidiya, I. A. (2023). Literature Review Hubungan Celebrity Worship dengan Karakteristik Individu: Kepribadian, Usia, dan Gender. *Bkrm*, X.
- Perلمان, D., & Peplau, L. A. (2016). *Toward a social psychology of loneliness Personal relationships 3 Book Review View project Sexuality and interpersonal relationships of prison inmates View project*. January 1981. <https://www.researchgate.net/publication/284034168>
- Putri, A. F. (2018). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35. <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- 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>
- Russell, D. W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, validity, and factor structure. *Journal of Personality Assessment*, 66(1), 20–40. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6601_2
- Sasmita, H. I., & Syukriah, D. (2022). Hubungan Antara Kesenangan Dan Harga Diri Dengan Celebrity Worship Pada Mahasiswa Penggemar K-Pop Anggota Komunitas Korean Culture Club ITB. *Psikologi Kreatif Inovatif*, 2(3), 37–45. <https://doi.org/10.37817/psikologikreatifinovatif.v2i3.2125>
- Setyawan, I. (2020). Peran Fleksibilitas Kognitif Pada Pemaafan Mahasiswa. *Nathiqiyah*, 3(2), 114–125. <https://doi.org/10.46781/nathiqiyah.v3i2.174>
- Shabahang, R., Besharat, M. A., & ... (2020). Structural analysis of relationship between celebrity worship and psychological wellbeing: Mediating role of cognitive flexibility. *Social ...*, October. <https://doi.org/10.30473/SC.2019.41971.2260>

- Shabahang, R., Besharat, M. A., Nikoogoftar, M., & ... (2019). Role of cognitive flexibility and emotional regulation problems in prediction of celebrity worship among university students. & *Research in Applied*, 20(1), 13–25. <https://doi.org/10.30486/JSRP.2019.663538>
- Shofa, M. (2017). Gambaran Psikologis Celebrity Worship Pada Dewasa Awal (Studi Kasus Mahasiswa Penggemar Korean Pop). *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*, 1–192.
- Tri Dewi, S., & Retno Suminar, D. (2022). Adult Attachment Style Dan Celebrity Worship Pada Wanita Dewasa Awal Penggemar Drama Korea. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 4(2), 186–196.
- Dhia, A. T., (2022). Hubungan Antara Distress Psikologis dan Celebrity Worship pada Penggemar K-Pop Emerging Adulthood Di Indonesia: Peran Maladaptive Sebagai Mediator, *FPSI UI*, 2022.
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>
- Wahidah, A., Nurbayani, S., & Aryanti, T. (2020). Korean Wave: Lingkaran Semu Penggemar Indonesia. *Sosietas*, 10(2), 887–893.
- Widjaja, A. K., & Ali, M. M. (2015). Gambaran Celebrity Worship pada Dewasa Awal di Jakarta. *Humaniora*, 6(1), 21. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i1.3294>
- Yuniarti, D. (2022). Hubungan Loneliness Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Pengguna Fan Account Bts Di Twitter. *Versi Cetak*, 6(2), 517–524. <https://doi.org/10.24912/>