

HUBUNGAN ANTARA *COGNITIVE FLEXIBILITY* DENGAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU BUDAYA UNIVERSITAS DIPONEGORO

Nabila Khairunnisa¹, Hastaning Sakti¹

¹Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275

Email: nbilakrnns@gmail.com

ABSTRAK

Celebrity worship merupakan perilaku penggemar memuja selebritas idola yang ditunjukkan perilaku aktif mencari informasi selebritas, kemauan memberikan apa yang dimiliki pada selebritas, hingga menciptakan hubungan satu arah. Maka dari itu, diperlukan *cognitive flexibility* yang merupakan kemampuan mahasiswa menyesuaikan pola pikir secara adaptif dengan menyadari adanya alternatif, kemauan bersikap fleksibel, dan keyakinan diri dalam menghadapi situasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *cognitive flexibility* dengan *celebrity worship* pada mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro angkatan 2024 dengan melibatkan sampel penelitian sebanyak 265 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *proportionate cluster random sampling*. Pengumpulan data penelitian menggunakan Skala *Cognitive Flexibility* (34 butir, $\alpha = 0.935$) dan Skala *Celebrity Worship* (29 butir, $\alpha = 0.944$). Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dengan hasil yang menunjukkan terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *cognitive flexibility* dan *celebrity worship* ($r_{xy} = -0.362$, $p = < .001$). Semakin tinggi *cognitive flexibility* yang dimiliki individu maka akan semakin rendah *celebrity worship*.

Kata kunci: *cognitive flexibility*; *celebrity worship*; mahasiswa

THE RELATIONSHIP BETWEEN COGNITIVE FLEXIBILITY AND CELEBRITY WORSHIP AMONG STUDENTS OF THE FACULTY OF HUMANITIES AT DIPONEGORO UNIVERSITY

Nabila Khairunnisa¹, Hastaning Sakti¹

¹Faculty of Psychology, Universitas Diponegoro
Prof. Mr. Sunario Street, Tembalang, Semarang, 50275

nbilakrnns@gmail.com

ABSTRACT

Celebrity worship refers to fans behaviour of idolizing celebrities, which is reflected through actively seeking information about the celebrity, willingness to give what they have to the celebrity, and forming a one-sided relationship. Therefore, cognitive flexibility is needed, defined as the individual's ability to adaptively adjust their thinking patterns by recognizing the existence of alternatives, being willing to be flexible, and having self-confidence in dealing with various situations. This study aims to determine the relationship between cognitive flexibility and celebrity worship toward the students of the Faculty of Humanities at Diponegoro University, class of 2024, which involved 265 students as the research sample. The sampling technique used in this study was proportionate cluster random sampling technique. Collecting research data using the Cognitive Flexibility Scale (34 items, $\alpha = 0.935$) and the Celebrity Worship Scale (29 items, $\alpha = 0.944$). Data analysis in this study used simple regression analysis with results that showed there was a significant negative relationship between cognitive flexibility and celebrity worship ($r_{xy} = -0.362, p = < .001$). The higher the cognitive flexibility, the lower the celebrity worship and the lower the cognitive flexibility, the higher the celebrity worship.

Keywords: *cognitive flexibility; celebrity worship; college students*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Selebritas merupakan figur publik yang dikenal dan disukai oleh masyarakat luas (Hasna, 2022). Marwick (dalam Sadasri, 2021) mendefinisikan selebritas sebagai individu dengan tingkat pengenalan publik yang tinggi, baik dikalangan penggemar maupun masyarakat umum. Individu dengan karier di bidang olahraga dan hiburan cenderung meraih popularitas sebagai selebritas. Selebritas juga dapat dikategorikan, seperti musisi, aktor, model, dan *micro-celebrity* (Hasna, 2022). Istilah selebritas mikro digunakan untuk seseorang dengan eksposur tinggi secara *online*, seperti *selebgram* (selebritas Instagram) yang memiliki ratusan ribu hingga jutaan *followers* (Hasna, 2022). Individu yang mengidolakan selebritas disebut dengan penggemar (Sitasari dkk., 2019). Penggemar merupakan individu yang memiliki minat dan antusiasme terhadap sesuatu, seperti tokoh media, tokoh olahraga, atau penyanyi (Sansone & Sansone, 2014).

Fenomena selebritas idola sudah ada sejak lama dan telah tersebar luas di Indonesia. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan Nielsen sebagai lembaga riset global, menyatakan bahwa Indonesia berada dalam urutan ketiga dengan penggemar sepak bola terbanyak di Asia (Nielsen, 2022). Selain tertarik pada bidang olahraga, survei yang dilakukan oleh Jakpat (2024) menunjukkan bahwa kelompok penggemar musisi Indonesia yang memiliki paling banyak memiliki pengikut adalah Sheila Gank yang merupakan penggemar Sheila on 7 (47%), untuk

musisi internasional terdapat Codplayers yang merupakan penggemar Coldplay (43%), dan musisi K-Pop terdapat ARMY yang merupakan penggemar BTS (41%). Survei yang dilakukan oleh GoodStats.id, menunjukkan bahwa Indonesia juga menempati urutan ketiga sebagai negara yang melakukan *streaming* K-Pop (*Korean Pop*) terbanyak bahkan mengalahkan negara Korea Selatan itu sendiri (Prasastiswi, 2024).

Akan tetapi, fenomena penggemar dan selebritas dapat memunculkan masalah, seperti yang dilaporkan oleh Wicaksono (2019) bahwa penggemar sepak bola terlibat perselisihan karena tidak dapat menerima kekalahan tim idolanya sehingga melakukan intimidasi dan upaya penyerangan pada penggemar lawan. Terdapat pula aksi penggemar yang mengikuti pemain tim nasional Indonesia saat di luar lapangan dan di tempat privat, aksi tersebut tidak hanya mengganggu privasi pemain tetapi juga mengganggu kesiapan dan konsentrasi pemain (Puspapertiwi & Nugroho, 2024). Selain dari dunia olahraga, terdapat ribuan fans K-Pop yang antusias menyambut kedatangan idolanya di Bandara Soekarno-Hatta, tetapi tidak bertanggung jawab dalam menjaga fasilitas dan menginjak tanaman sehingga mengganggu kenyamanan dan merugikan pihak bandara (Alfreda, 2022).

Penggemar selebritas dapat berasal dari beragam kalangan dan usia, termasuk mahasiswa yang berada pada masa dewasa awal. Hal tersebut sesuai dengan data dari survei IDN Times tahun 2019 yang mengungkapkan bahwa mayoritas penggemar K-Pop di Indonesia memiliki rentang usia 15-20 tahun (78,8%) dan disusul dengan persentase 40,7% untuk usia 20-25 tahun (Triadanti, 2019). Pada penelitian Utami dkk. (2021) menunjukkan bahwa partisipan penelitian

yang merupakan penggemar K-Pop, khususnya BTS, didominasi oleh mahasiswa, yaitu sebanyak 70 orang dari total 100 partisipan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Triadanti (2020), penggemar aktor dan artis Thailand di Indonesia didominasi oleh penggemar dewasa muda yang berusia 20 sampai 27 tahun (47,1%). Penelitian Pratiwi dkk. (2021) terhadap penggemar sepak bola juga menunjukkan bahwa 97% partisipan penelitian tersebut berada pada usia dewasa awal.

Individu dewasa awal berkisar pada usia 18 sampai 25 tahun (Arnett, dalam Azzahra & Ariana, 2021). Pada masa ini, individu mengalami perkembangan fisik hingga mencapai titik optimalnya (Dewi dkk., 2020). Setiap masa perkembangan memiliki tugas perkembangannya masing-masing, Hurlock (dalam Dewi dkk., 2020) menjelaskan bahwa tugas perkembangan pada dewasa awal beberapa diantaranya, yakni meniti karier serta menjalin hubungan yang intim dengan lawan jenis. Jannah dkk. (2023) menyebutkan bahwa individu di usia dewasa awal akan menghadapi berbagai tantangan dan memiliki kewajiban untuk mengelola kehidupannya secara mandiri. Adiesia dan Sofia (2021) juga menyebutkan tugas perkembangan dewasa awal yang lain seperti menamatkan pendidikan terakhir yaitu jenjang universitas, dan memiliki tanggung jawab di lingkungan sosial. Penting bagi mahasiswa untuk memikirkan implikasi jangka panjang dari tindakannya, bukan hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi, seperti perilaku pengidolaan (Widjaja & Ali, 2015).

Bentuk rasa cinta penggemar terhadap idolanya ditunjukkan dalam berbagai aktivitas, seperti pencarian data mengenai idola, pengumpulan produk yang

berhubungan dengan idola, dan imitasi terhadap hal-hal yang dilakukan atau dimiliki idola, fenomena tersebut dikenal dengan *celebrity worship* (Millenia & Soetjningsih, 2023). Perilaku pengidolaan yang dilakukan penggemar dapat menjadi obsesif dan patologis hingga menjadi sebuah pemujaan atau yang disebut *celebrity worship* (Brooks, 2021). Maltby dan Day (dalam Utami dkk., 2021) menjelaskan bahwa *celebrity worship* merupakan hubungan satu arah atau parasosial sehingga hanya satu pihak yang mengenal dan mengetahui hubungan tersebut. Fenomena *celebrity worship* berkisar dari kekaguman yang sehat hingga perilaku yang berlebihan dan perasaan yang tidak normal terhadap idola (Zsila dkk., 2020). Proses menjadi *worship* dimulai dengan berkembangnya perasaan keterikatan terhadap figur tertentu dan ditandai dengan loyalitas yang kuat serta kesediaan untuk mengorbankan waktu, uang, dan kebebasan pribadi untuk figur tersebut (Brown, 2015).

Menurut McCutcheon (dalam Arundati dkk., 2019) *celebrity worship* memiliki tiga aspek, yaitu *entertainment-social* yang merupakan minat penggemar hanya sebatas hiburan dan menghabiskan waktu luang, kedua adalah *intense-personal* yang membuat penggemar memiliki perasaan lebih intensif sehingga ingin mencari seluruh informasi tentang idolanya, dan *borderline-pathological* yang menunjukkan bahwa penggemar sudah mulai berfantasi bahkan akan melakukan tindakan apapun demi idolanya. Pada penelitian McCutcheon dan Aruguete (2021) menyebutkan bahwa fenomena *celebrity worship* telah berkembang pesat selama 20 tahun terakhir, khususnya dalam 5 tahun terakhir. Hal tersebut dipermudah

dengan meningkatnya akses media sosial sehingga penggemar dapat mencari informasi tentang idola tanpa henti (Aufa dkk., 2019).

Peneliti telah melakukan penggalan data awal pada beberapa mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya (FIB) Universitas Diponegoro. Berdasarkan hasil wawancara pada tiga mahasiswa diketahui bahwa banyak dari teman-teman mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro yang masih aktif mendukung idolanya dalam berbagai bentuk. Contohnya, membeli dan menggunakan *merchandise* idola ke kampus, seperti *photocard* yang digantungkan di tas dan menggunakan baju idola. Hal tersebut sesuai dengan hasil survei yang menunjukkan bahwa *merchandise* yang paling banyak dikoleksi penggemar adalah baju, gantungan kunci, dan *photocard* (Jakpat, 2024). Mahasiswa FIB juga memiliki kegemaran untuk menonton konser, mengikuti acara, dan bergabung dalam komunitas sebagai bentuk ketertarikan pada idolanya. Salah satu subjek menjelaskan bahwa dirinya masih aktif sebagai penggemar K-Pop, subjek senang mengumpulkan album dan *photocard* idolanya. Bahkan dirinya telah menghadiri konser selebritas idola favoritnya yang menyebabkannya harus meninggalkan kelas.

Penelitian yang dilakukan Sansone dan Sansone (2014) menemukan bahwa semakin tinggi tingkat *celebrity worship*, semakin buruk pula kesehatan mental seseorang. Lin dkk. (2023) dalam penelitiannya menunjukkan dampak dari *celebrity worship* salah satunya yaitu gangguan makan karena citra tubuh yang telah dipengaruhi oleh idola. Selain itu, individu cenderung memiliki hubungan intim dengan kualitas buruk dan kesulitan mengatasi konflik (Brooks, 2021).

Menurut Erikson (Dewi & Suminar, 2022), individu dewasa awal yang belum mampu menjalin hubungan intim dengan lawan jenis akan cenderung lari dari kenyataan dengan salah satunya melakukan *celebrity worship*. McCutcheon (dalam Brooks, 2021) juga menyatakan bahwa *celebrity worship* dipengaruhi kurangnya rasa percaya diri dan kebutuhan cinta sehingga menciptakan keterikatan dengan idola untuk rasa aman. Sebaliknya, membangun hubungan yang dekat dan bermakna dengan orang lain merupakan bagian penting dari tugas perkembangan di masa dewasa awal. Utami dkk. (2021) menjelaskan jika tingkatan *celebrity worship* semakin tinggi maka penggemar akan semakin sering terlibat (*celebrity involvement*), sedangkan individu yang memasuki masa dewasa awal seharusnya memprioritaskan pencapaian tugas-tugas perkembangan dewasa awal dan memiliki kemampuan untuk mengendalikan diri yang baik. Selain menyebabkan kurangnya waktu istirahat yang terpakai untuk mencari informasi tentang idola, *celebrity worship* juga sering digunakan sebagai sarana untuk mengabaikan tugas dan kewajiban di kehidupan yang sebenarnya (Laksono & Noer, 2021).

Menurut McCutcheon (dalam Arundati dkk., 2019), *celebrity worship* dipengaruhi beberapa faktor, yaitu usia, pendidikan, keterampilan sosial, jenis kelamin, dan ras. Fenomena *celebrity worship* pada umumnya berlangsung saat individu berusia remaja, tetapi akan berkurang seiring usia bertambah, lebih banyak dilakukan oleh individu dengan tingkat inteligensi yang rendah, memiliki keterampilan sosial yang buruk, dan didominasi oleh perempuan (Arundati dkk., 2019). Namun, pada kenyataannya masih terdapat banyak penggemar mahasiswa yang seharusnya adalah individu dengan tingkat inteligensi tinggi dan berusia 18

tahun keatas sehingga telah memasuki masa dewasa awal. Hal tersebut dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan Widjaja & Ali (2015) menunjukkan sebanyak 165 dewasa awal dari total 250 partisipan melakukan *celebrity worship* intensif dan kompulsif terhadap idola dan hanya sebagian kecil yang melakukannya untuk hiburan semata.

Terdapat tiga komponen dalam diri manusia, yaitu kognitif, afektif, dan konatif yang saling berkaitan dan memengaruhi dinamika psikologis serta perilaku sehari-hari, yang mana kognitif mencakup pengetahuan, pandangan, dan keyakinan individu terhadap suatu objek atau peristiwa (Walgito dalam Gumelar dkk., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Brooks (2021) menerangkan bahwa penggemar dengan *celebrity worship* merupakan individu yang memiliki pandangan tidak fleksibel atau kaku dan kurang kesadaran dalam menghadapi situasi. Penggemar dengan *celebrity worship* terfokus pada satu pemikiran sehingga terjebak dalam situasi yang berdampak buruk pada diri atau orang lain (Elvina, 2019). Hal tersebut menunjukkan bahwa penggemar belum dapat mengontrol pikirannya, tidak fleksibel dalam menghadapi situasi sehingga perilaku tidak sesuai. Kemampuan beripikir fleksibel tersebut disebut *cognitive flexibility*. Canas dkk. (dalam Krismana dkk., 2023) menjelaskan bahwa *cognitive flexibility* merupakan kemampuan menyesuaikan pola pikir secara adaptif dalam merespons lingkungan yang dinamis dan kompleks. Menurut Suchy (dalam Smith & Konik, 2022), *cognitive flexibility* adalah komponen fungsi eksekutif yang memungkinkan individu untuk merencanakan, melaksanakan, dan mencapai tujuan tertentu.

Ketika memasuki lingkungan perkuliahan, mahasiswa baru memerlukan adaptasi untuk menyesuaikan diri dengan situasi-situasi yang baru dan belum pernah dihadapi sebelumnya sehingga penting untuk memiliki kemampuan fleksibel, terbuka, proaktif dalam menghadapi perkuliahan (Kannajmi dkk., 2025). Mahasiswa yang memiliki *cognitive flexibility* tinggi akan mudah menyesuaikan diri, memandang masalah dari beragam sudut pandang, dan menyelesaikannya dengan alternatif solusi (Setyawan, 2020). Kemampuan *cognitive flexibility* memiliki dampak pada kehidupan mahasiswa yang memengaruhi cara mahasiswa menjalani kegiatan perkuliahan maupun kehidupan sehari-hari (Kannajmi dkk., 2025). Terdapat perbedaan perkembangan kognitif pada mahasiswa tahun pertama dan mahasiswa tahun akhir karena perbedaan tantangan pendidikan dan pengalaman akademis, mahasiswa pada tahun akhir cenderung mengalami peningkatan *cognitive flexibility* (Karakus, 2024).

Penelitian Laksono & Noer (2021) menunjukkan hasil bahwa individu dengan *celebrity worship* tinggi adalah individu yang lebih kaku dalam proses kognitif sehingga tidak dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan. Sansone dan Sansone (2014) menyebutkan individu dengan skor yang lebih rendah pada kemampuan kognitif, mendapatkan skor yang tinggi pada *celebrity worship*. Apabila *cognitive flexibility* meningkat maka masalah terkait kesehatan mental yang diakibatkan oleh *celebrity worship* akan menurun (Shabahang dkk., 2019).

Penelitian yang telah dilakukan Bayani (2022) menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel *cognitive flexibility* dan *celebrity worship*. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Aufa dkk. (2019) memiliki

kesimpulan bahwa *cognitive flexibility* memiliki hubungan positif dengan *celebrity worship*. Pada penelitian Krismana dkk. (2023) diketahui bahwa *cognitive flexibility* berpengaruh sebagai variabel yang memediasi antara variabel *loneliness* dengan *celebrity worship*. Selain itu, pada penelitian Elvina (2019), disebutkan bahwa *cognitive flexibility* memiliki hubungan negatif dengan variabel *celebrity worship*. Perbedaan hasil penelitian tersebut dapat dikarenakan perbedaan karakteristik populasi dan alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Hasil inkonsistensi pada penelitian sebelumnya dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik sampel pada penelitian yang melibatkan remaja dan hanya fokus dalam satu bidang selebritas idola, yaitu K-Pop. Perbedaan budaya fandom seperti penggemar K-Pop dan penggemar umum juga berbeda dalam cara penggemar membangun keterikatan dengan selebritas idola (Krismana dkk., 2023).

Kebaruan dalam penelitian ini adalah pada *setting* penelitian, meskipun variabel yang digunakan telah diteliti dalam berbagai lingkup. Penerapannya di lingkungan perkuliahan dapat memberikan sudut pandang baru yang belum dieksplorasi dalam studi sebelumnya. Terdapat inkonsistensi dalam temuan dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Di samping itu, banyak dari penelitian sebelumnya meneliti variabel *cognitive flexibility* sebagai mediator atau mediasi. Urgensi pada penelitian ini, yaitu dampak buruk yang dihasilkan dari *celebrity worship*. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mencari tahu apakah terdapat hubungan antara *cognitive flexibility* dan *celebrity worship* pada mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang disampaikan dalam latar belakang, peneliti mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut “Apakah terdapat hubungan antara *cognitive flexibility* dengan *celebrity worship* pada mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara *cognitive flexibility* dengan *celebrity worship* pada mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan ilmiah serta memperkaya literatur dalam bidang psikologi sosial, terutama yang berkenaan dengan variabel *cognitive flexibility* dan *celebrity worship* serta bagaimana *cognitive flexibility* memiliki hubungan dengan *celebrity worship* pada mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini dapat memperoleh pemahaman terkait kondisinya melalui informasi serta wawasan tentang hubungan *cognitive flexibility* dengan *celebrity worship*.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan literatur tambahan untuk penelitian selanjutnya dalam mengkaji faktor-faktor lain yang berkaitan dengan *cognitive flexibility*, *celebrity worship*, atau hubungan yang berkaitan dengan kedua variabel tersebut.

c. Bagi Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro

Simpulan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan pemahaman bahwa terdapat kecenderungan mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro yang menunjukkan tingkat *celebrity worship* yang tinggi. Selain itu, hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi pedoman dalam menentukan pengembangan metode yang dapat meningkatkan *cognitive flexibility* pada mahasiswa.