

Hubungan *Celebrity Worship* dan *Mindfulness* pada Penggemar *K-pop* Dewasa Awal di Kota Jambi

Indah Mulyani*, Annisa Andriani, Verdiantika Annisa

Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Jambi

DOI:

<https://doi.org/10.47134/pjp.v3i4.5865>

*Correspondence: Indah Mulyani

Email: indaahmlyn1808@gmail.com

Received: 28-04-2026

Accepted: 07-05-2026

Published: 19-06-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: *This study aimed to examine the relationship between celebrity worship and mindfulness among early adult k-pop fans in Jambi City. This study used a quantitative correlational approach with purposive sampling techniques. Participants consisted of 111 k-pop fans aged 18-25 years in Jambi City. The instrument used were the Celebrity Attitude Scale (CAS) and the Five Facet Mindfulness Questionnaire (FFMQ). Data were analyzed using the Spearman rho correlation test. The result showed a correlation coefficient of -0.157 with a significance value of 0.100 ($p > 0.05$), indicating that there was no significant relationship between celebrity worship and mindfulness. The negative direction of the relationship indicates that higher celebrity worship tends to be associated with lower mindfulness, although the relationship was very weak. These findings suggest that mindfulness is more influenced by internal individual factors rather than attachment to celebrities.*

Keywords: *Celebrity Worship; Early Adulthood; K-Pop Fans; Mindfulness*

Pendahuluan

Berkembangnya penyebaran budaya Korea baik itu musik pop, hiburan, dan lain sebagainya, sering disebut dengan istilah Hallyu atau *Korean wave*. Fenomena ini berdasar pada kepopuleran kebudayaan Korea di luar negeri seperti hiburan, musik pop, drama, animasi game dan sebagainya. Salah satu yang kini tengah diminati khalayak umum adalah idola *K-pop* atau *Korean Pop*. *Korean Pop* adalah salah satu dari banyaknya genre musik populer yang berasal dari Korea Selatan (Kompasiana.com, 2019). Dikutip dari Kompas.com (2021), fenomena *K-pop* telah berkembang menjadi salah satu kebudayaan populer yang mendunia, khususnya di kawasan Asia Timur, termasuk Indonesia (Barrang et al., 2022). Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya konser *k-pop* di Indonesia, sebagian besar tiketnya telah terjual habis, salah satu contohnya adalah konser BLACKPINK di stadion GBK pada 11-12 Maret 2023 yang berjumlah 140.000 penonton (Tristan, 2024).

Selebriti umumnya dikenal luas oleh masyarakat melalui sosial media. Kemudahan akses informasi melalui media sosial membuat penggemar dapat mengikuti berbagai aktivitas idolanya, sehingga muncul perasaan merasa seolah-olah mengetahui idolanya baik dari penampilan, bahasa tubuh, dan kata-kata yang diucapkan meskipun sebenarnya belum sekalipun terlibat atau bertemu secara personal dengan idolanya (Shofa, 2017). Kondisi tersebut dapat memunculkan hubungan parasosial. (Horton & Wohl, 1956)

mendefinisikan hubungan parasosial sebagai koneksi yang tercipta melalui tayangan dari berbagai karakter yang dilihat, mencakup perasaan dan reaksi penonton terhadap karakter yang ada. [Hoffner dan Bond \(2022\)](#) mendefinisikan karakteristik hubungan parasosial sebagai emotional connections individu dari berbagai media figur, termasuk selebriti atau karakter fiksi. Bagi *K-pop* industri sendiri, hubungan parasosial dianggap sangat kuat, terutama karena penggunaan media sosial berlebihan di antara penggemar ([Dewanggi & Septarini, 2025](#)). Secara perilaku, penggemar dapat mengubah aspek yang ada pada diri mereka sendiri untuk menyerupai atau merasa lebih terhubung dengan idola favorit mereka. Beberapa penggemar *K-pop* juga menggunakan *K-pop* untuk mengalihkan perhatian mereka sehingga sering mengabaikan tugas sekolah dan tanggung jawab keluarga untuk terlibat dengan konten *K-pop* ([Hwang, 2024](#)).

Salah satu bentuk keterikatan yang muncul dalam hubungan parasosial adalah *celebrity worship*. ([Maltby et al., 2003](#)) menjelaskan *celebrity worship* merupakan interaksi satu arah yang terjadi di antara idola dan penggemarnya, di mana penggemar mengetahui idolanya dengan baik, namun selebriti tidak mengenal penggemarnya secara personal ([Putri, 2019](#)). ([Brown & Lee, 2015](#)) mendeskripsikan *celebrity worship* merupakan salah satu jenis ketertarikan psikologis yang intens yang membuat seseorang terlibat hubungan dengan selebriti favorit mereka. Redmond (2016) mengemukakan bahwa daya tarik, empati, rasa memiliki, dan emulasi merupakan faktor-faktor yang berhubungan dengan perasaan keterhubungan individu terhadap idola ([Brooks, 2021](#)). *Cebrity worship* pada idola terbagi menjadi tiga tingkatan: *Entertainment-social*, *Intense-personal* dan *borderline-pathological*. Tingkatan tersebut menggambarkan variasi keterikatan individu terhadap idola, mulai dari yang bersifat hubungan hingga keterikatan yang bersifat patologis. ([Laksono & Noer, 2021](#)).

Mindfulness merupakan kemampuan untuk tetap fokus dan memiliki kesadaran dalam suatu pengalaman saat ini tanpa penilaian yang berlebihan ([Girardi, 2017](#)). Konsep *mindfulness* berasal dari ajaran Buddha yang dengan tujuan memelihara perhatian dan kesadaran untuk mencapai *vippasana*. Artinya seseorang dapat menerima semua pengalaman negatif yang dialami secara tenang tanpa menyalahkan diri sendiri atau orang lain ([Murniati, 2020](#)). *Mindfulness* dalam *Fandom K-pop* dapat membantu penggemar untuk tetap hadir di momen ketika mereka menikmati hobi, tanpa bertindak berlebihan akibat perasaan takut tertinggal atau alasan lainnya hingga rasa takut tertinggal (*fear of missing out*), yang menimbulkan kekhawatiran tidak update dan menyebabkan perhatian penuh penggemar menjadi terganggu dan menurun ([Jatmika & Agustina, 2020](#)).

Dengan demikian, konsep *mindfulness* menjadi relevan dalam konteks *celebrity worship* sebagai mekanisme untuk menyeimbangkan dampak yang ditimbulkan. yang dapat membantu penggemar *K-pop* mengelola emosi yang muncul akibat keterlibatan mereka dengan idola, misalnya rasa cemas ketika menerima berita negatif tentang idolanya. Dengan *mindfulness*, penggemar dapat tetap tenang dan fokus pada realitas yang ada. Penelitian menunjukkan bahwa *mindfulness* dapat mengurangi keterikatan emosional, yang penting dalam meminimalkan dampak negatif dari *celebrity worship* ([Azzahra &](#)

[Ariana, 2021](#)). Meskipun fenomena penggemar *K-pop* dapat ditemui di Kota Jambi, kajian empiris yang mengkaji aspek psikologis penggemar *K-pop* di kota ini, khususnya terkait *celebrity worship* dan *mindfulness*, masih sangat terbatas. Dengan demikian, penelitian ini perlu untuk dilakukan. Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, peneliti bertujuan mengetahui hubungan antara *Celebrity worship* dengan *Mindfulness* pada Penggemar *K-pop* usia dewasa awal di Kota Jambi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dan *mindfulness* secara statistik. Variabel penelitian ini terdiri dari: Variabel independen (x) *Celebrity worship* dan variabel dependen (Y) *Mindfulness*. Partisipan penelitian berjumlah 111 penggemar *k-pop* usia dewasa awal 18-25 tahun yang tersebar di 11 kecamatan Kota Jambi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang dikembangkan oleh McCutcheon at al. Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang dikembangkan dan dipublikasikan oleh (Sari, 2025) dan telah memperoleh izin dari peneliti sebelumnya. Instrumen ini merupakan adaptasi yang disesuaikan dengan konteks penggemar *K-pop* Indonesia tanpa mengubah makna asli dari setiap pernyataan. dan *Five Facet Mindfulness Questionnaire* (FFMQ). *Five facet mindfulness questionnaire* (FFMQ) yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan konsep yang dijelaskan oleh [Baer et al \(2006\)](#), yang kemudian diadaptasi dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia yang digunakan untuk menilai kecenderungan *mindfulness* dalam kehidupan sehari-hari pada individu dewasa ([Meindy et al., 2022](#)). Analisis data dilakukan menggunakan bantuan aplikasi JASP. Uji asumsi yang dilakukan meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Dikarenakan uji linearitas tidak terpenuhi, maka analisis hipotesis menggunakan uji korelasi Spearman rho.

Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, alasan responden menyukai idolanya dikelompokkan kedalam beberapa kategori berdasarkan kesamaan makna yaitu, kualitas karya/musik, bakat & talenta, visual/fisik, motivasi/inspirasi, identifikasi diri (relate), kepribadian, dukungan emosional, pertemanan dan lainnya. Karena satu responden dapat memberikan lebih dari satu alasan pada pertanyaan terbuka, frekuensi yang ditampilkan menunjukkan kemunculan jumlah kategori pada seluruh jawaban responden. Adapun sebaran jumlah responden berdasarkan alasannya menyukai idola adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menyukai Idola

Alasan Menyukai Idola	Frekuensi	Persentase
Kualitas karya/ Musik	55	49.55%
Bakat & Talenta	30	27.03%
Visual/ Fisik	27	24.32%
Motivasi/Inspirasi	22	19.82%
Identifikasi diri (relate)	13	11.71%

Kepribadian	20	18.02%
Dukungan Emosional	19	17.12%
Pertemanan	1	0.90%
Anggota grup	1	0.90%
Tidak memiliki alasan khusus	1	0.90%

Sumber Tabel: (Pengolahan Data)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, alasan yang paling banyak dikemukakan responden dalam menyukai idolanya adalah kualitas karya atau musik yang dihasilkan idola, yaitu sebanyak 55 kali kemunculan dengan presentase 49.55%. Selanjutnya adalah bakat dan talenta sebanyak 30 kali kemunculan dengan 27.03%, visual atau fisik sebanyak 27 kali kemunculan dengan 24.32%, motivasi atau inspirasi sebanyak 22 kali dengan 19.82%. sedangkan alasan paling sedikit adalah pertemanan dengan 1 kali kemunculan sebesar 0.90%.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki- Laki	4 orang	4%
Perempuan	107 orang	96%
Total	111 Orang	100%

Berdasarkan tabel 2, mayoritas responden penggemar *k-pop* merupakan perempuan yang berjumlah sebanyak 107 orang. Sementara itu, penggemar *k-pop* laki-laki hanya berjumlah sebanyak 4 orang. Dapat disimpulkan bahwa penggemar *k-pop* di Kota Jambi didominasi oleh penggemar perempuan.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
18 Tahun	14 orang	13%
19 Tahun	13 orang	12%
20 Tahun	14 orang	13%
21 Tahun	14 orang	13%
22 Tahun	16 orang	14%
23 Tahun	13 orang	12%
24 Tahun	8 orang	7%
25 Tahun	19 orang	17%
Total	111 Orang	100%

Berdasarkan tabel 4, mayoritas penggemar *k-pop* di Kota Jambi berada pada usia 25 tahun. Jumlah terbanyak selanjutnya berada pada usia 22 tahun. Kemudian jumlah penggemar *k-pop* yang paling sedikit jumlahnya berada pada usia 24 tahun.

Hasil Deskriptif Data *Celebrity worship*

Tabel 4. Hasil Olah Deskriptif Data Variabel *Celebrity Worship*

<i>Celebrity worship</i>	N	Range	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
	111	99.000	62.000	161.000	102.613	17.868

Sumber: JASP

Hasil Deskriptif Data *Mindfulness*

Tabel 5. Hasil Olah Deskriptif Data Variabel *Mindfulness*

<i>Mindfulness</i>	N	Range	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
	111	66.000	83.000	149.000	115.910	13.775

Sumber: JASP

Berdasarkan pada tabel 4 dapat diketahui bahwa penelitian variabel *celebrity worship* memiliki data range sebesar 99.000, nilai minimum 62.000, nilai maksimum 161.000, nilai mean atau rata-rata 102.613, serta standar deviasi 17.868. Sedangkan Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa penelitian variabel *mindfulness* memiliki data range sebesar 66.000, nilai minimum 83.000, nilai maksimum 149.000, nilai mean atau rata-rata 115.910, serta standar deviasi 13.775.

Hasil Uji Hipotesis

Peneliti melakukan uji korelasi untuk melihat gambaran hubungan *celebrity worship* dengan *mindfulness* pada penggemar *k-pop* usia dewasa awal di Kota Jambi. Dari hasil korelasi *Spearman rho*, diperoleh nilai koefisien korelasi -0,157 dan nilai signifikansi p 0,100.

Tabel 6. Korelasi Spearman

	Spearman	p- value	Keterangan
<i>Celebrity worship & Mindfulness</i>	-0,157	0,100	Sangat Lemah

Sumber: JASP

Dari tabel 6. hasil korelasi Spearman, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar -0,157 dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,100 ($p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dan *mindfulness*. Arah hubungan yang negatif mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *celebrity worship*, maka tingkat *mindfulness* cenderung menurun, meskipun hubungan tersebut tergolong sangat lemah. Dengan p-value yang berada diatas 0,05, maka hipotesis null (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Menandakan tidak adanya hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dengan *mindfulness*.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan guna memahami keterkaitan antara *celebrity worship* dengan *mindfulness* pada penggemar *k-pop* usia dewasa awal di Kota Jambi. Untuk mengukur hubungan antara kedua variabel, analisis korelasi diterapkan. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah korelasi *Spearman* untuk evaluasi hubungan antara *celebrity worship* dan *mindfulness*. Berdasarkan temuan yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dan *mindfulness*, sehingga hipotesis null diterima dan hipotesis alternatif ditolak.

Tidak ditemukannya hubungan yang signifikan antara kedua variabel dapat diakibatkan oleh banyak faktor. Salah satunya adalah karakteristik responden yang mayoritas berada pada tingkat *celebrity worship* kategori sedang, yang mana pada tahapan ini, keterikatan pada idola cenderung masih berada pada batas kewajaran dan tidak mengarah pada keterikatan emosional yang berlebih, sehingga tidak memberikan pengaruh

secara signifikan terhadap tingkat *mindfulness* individu ([Laksono & Noer, 2021](#)).

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa keterikatan terhadap idola pada responden penelitian belum mencapai tingkatan yang patologis, sehingga tidak mempengaruhi *mindfulness* secara signifikan juga didukung oleh penelitian [Sadira dkk. \(2025\)](#) mengenai hubungan parasosial pada penggemar *k-pop* yang menunjukkan bahwa hubungan dengan idola tidak selalu berdampak negatif, namun juga berkaitan dengan *subjective well-being* dan dukungan emosional individu. Dengan demikian, ketertarikan terhadap idola dapat berkembang dalam bentuk yang adaptif dan tetap memungkinkan individu memiliki kesadaran diri dan regulasi emosi yang baik.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian [Siregar \(2024\)](#) yang menjelaskan bahwa keterlibatan *fandom* pada sebagian besar penggemar *K-Pop* masih berada dalam batas yang wajar. [Siregar \(2024\)](#) juga menjelaskan bahwa *celebrity worship*, khususnya pada dimensi *entertainment-social*, justru dapat memberikan dampak yang konstruktif bagi individu selama masih berada dalam batas yang adaptif.

Lebih lanjut, [Kim et al. \(2023\)](#) menemukan bahwa hubungan parasosial dan interaksi antar penggemar dalam komunitas *fandom* berkontribusi terhadap peningkatan *well-being* serta *sense of virtual community*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan dalam *fandom* dapat menjadi sarana memperoleh dukungan sosial, rasa memiliki, dan kenyamanan emosional. Oleh karena itu, keterikatan terhadap idola yang dimiliki penggemar tidak selalu menyebabkan menurunnya kondisi psikologis individu.

Tidak ditemukannya hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dan *mindfulness* juga dapat dipahami melalui proses terbentuknya keterikatan individu terhadap figur yang dikaguminya. Secara psikologis, rasa kagum dan kedekatan emosional terhadap figur tertentu merupakan hal yang wajar terjadi ketika individu semakin mengenal karakteristik, nilai, maupun pengalaman hidup figur tersebut. Dalam konteks penggemar *K-Pop*, keterikatan terhadap idola dapat terbentuk karena penggemar mengenal karya, perjalanan karier, kepribadian, serta nilai-nilai yang ditampilkan oleh idolanya. Dalam kehidupan sehari-hari, individu cenderung mengembangkan rasa suka, kagum atau sayang terhadap sosok yang semakin dikenalnya. Oleh karena itu, munculnya rasa kagum dan kedekatan emosional tidak selalu menunjukkan adanya kondisi yang maladaptif ataupun patologis.

Fenomena rasa cinta kepada selebriti dapat dipahami sebagai pengalaman yang subjektif. Hal tersebut didasarkan pada konsep hubungan parasosial oleh Horton dan Wohl (1956) yang menjelaskan hubungan antara individu dengan figur media atau idola merupakan hubungan yang bersifat satu arah (*one-sided*) yang bersifat timbal balik. Dalam hal ini, individu dapat merasakan kedekatan emosional dengan sosok idolanya meskipun tidak memiliki interaksi nyata, sehingga hubungan tersebut dibangun atas dasar persepsi dan interpretasi pribadi sehingga bersifat subjektif.

Selain itu, berdasarkan hasil kategorisasi alasan dari responden dalam menyukai idolanya adalah, sebagian besar responden mengatakan bahwa alasan ketertarikan kepada idola berdasarkan pada kualitas karya musik dan lagu-lagu yang bagus dan sesuai dengan

selera dan relate dengan keadaan responden. hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara penggemar dan idolanya bersifat hiburan dibandingkan hubungan psikologis dan emosional yang intens, sehingga tidak cukup kuat untuk mempengaruhi aspek *mindfulness*.

Dominannya alasan yang berkaitan dengan kualitas karya, bakat, motivasi dan dukungan emosional menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung mengapresiasi idola berdasarkan karya dan manfaat psikologis yang dirasakan dan tidak semata-mata karena pemujaan yang berlebihan. Karakteristik tersebut sejalan dengan dimensi *entertainment-social* yang menggambarkan ketertarikan terhadap selebriti sebagai sumber hiburan, apresiasi terhadap karya dan kesenangan dalam mengikuti aktivitas idola. Kondisi tersebut dapat menjadi salah satu penjelasan mengapa *celebrity worship* tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan *mindfulness*.

Hal tersebut juga menunjukkan bahwa ketertarikan terhadap sosok idola yang dikagumi tidak selalu mencerminkan perilaku yang irasional atau *maladaptive*. Pada dasarnya, manusia cenderung memiliki figure yang dikagumi dan dijadikan sebagai sumber inspirasi, motivasi maupun panutan dalam kehidupan. Dalam konteks penelitian ini, Sebagian besar responden mengagumi idola karena karya, bakat dan nilai-nilai positif yang ditampilkan idola tersebut, selama ketertarikan tersebut masih berada dalam batas yang wajar dan tidak mengganggu fungsi psikologis individu.

Meskipun alasan menyukai idola paling banyak ditemukan berkaitan dengan aspek hiburan, analisis terhadap dimensi *celebrity worship* menunjukkan gambaran yang sedikit berbeda. Analisis tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori sedang pada dimensi *Intense-personal*. Dimensi ini menggambarkan adanya keterikatan emosional dan perasaan kedekatan secara personal terhadap idola yang disukai. Namun demikian, tingkatan *mindfulness* responden dalam penelitian ini juga berada pada kategori sedang dan hubungan antara kedua variabel tidak signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa keterikatan emosional responden terhadap idola tidak serta merta mengurangi kemampuan mereka untuk menyadari dan memperhatikan pengalaman yang sedang berlangsung pada dirinya. Dengan kata lain, meskipun responden memiliki kedekatan emosional terhadap idola, mereka tetap mampu mempertahankan tingkat *mindfulness* yang relatif baik dalam kehidupan sehari-hari.

Temuan ini menunjukkan bahwa alasan menyukai idola dan bentuk keterikatan terhadap idola tidak selalu sama. Responden dapat mengawali ketertarikannya melalui karya ataupun visual yang diberikan idola, namun seiring berjalannya waktu membentuk kedekatan emosional yang tercermin pada *intense-personal*. Meskipun demikian, kedekatan tersebut masih berada dalam batas yang wajar sehingga tidak mempengaruhi tingkat *mindfulness* responden secara signifikan.

Fenomena rasa cinta kepada selebriti dapat dipahami sebagai pengalaman yang subjektif. Hal tersebut didasarkan pada konsep hubungan parasosial oleh (Horton & Wohl, 1956) yang menjelaskan hubungan antara individu dengan figur media atau idola merupakan hubungan yang bersifat satu arah (*one-sided*) yang bersifat timbal balik. Dalam hal ini, individu dapat merasakan kedekatan emosional dengan sosok idolanya meskipun

tidak memiliki interaksi nyata, sehingga hubungan tersebut dibangun atas dasar persepsi dan interpretasi pribadi sehingga bersifat subjektif.

(Maltby et al., 2003) juga mengemukakan bahwa *celebrity worship* merupakan bentuk hubungan parasosial yang didorong oleh mekanisme psikologis seperti kebutuhan coping dari permasalahan pribadi. Hal tersebut diperkuat oleh model *absorbtion-addiction* yang menunjukkan bahwa ketertarikan terhadap selebriti dapat berkembang dari ketertarikan biasa menjadi ketertarikan yang intens tergantung dari kondisi individu yang membuat hal tersebut menjadi lebih subjektif.

Lebih lanjut penelitian menunjukkan bahwa hubungan parasosial melibatkan keterikatan emosional yang kuat dan seringkali berkaitan dengan pembentukan identitas diri individu (Brooks, 2021). Oleh karena itu, pengalaman kecintaan terhadap selebriti tidak dapat disamaratakan, melainkan dipengaruhi oleh pengalaman emosional dan kondisi psikologis masing-masing individu sehingga bersifat subjektif.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *mindfulness* tidak secara langsung berkaitan dengan *celebrity worship*. *Mindfulness* tidak secara langsung berkaitan dengan objek ketertarikan secara kuat, orang yang *mindful* tetap dapat menyukai *k-pop*, *follow* idola atau menonton konten terkait dengan selebriti idolanya selama masih dalam batas kewajaran. Jadi *mindfulness* secara tidak langsung menghilangkan ketertarikan pada idola.

Penelitian oleh (Jia et al., 2023) dalam jurnal *BMC Psychology* menunjukkan bahwa *celebrity worship* tidak dipengaruhi secara langsung oleh satu faktor saja, melainkan melalui mekanisme yang melibatkan variabel lain seperti *social anxiety* dan *mobile phone dependence*. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa individu dengan kecemasan sosial yang tinggi cenderung memiliki keterikatan yang lebih kuat terhadap figur publik, yang dimediasi oleh tingginya penggunaan media digital. Dengan demikian, tidak ditemukannya hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dan *mindfulness* dalam penelitian ini dapat disebabkan oleh adanya variabel lain yang lebih dominan dalam memengaruhi *celebrity worship*. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel tersebut bersifat tidak langsung dan kemungkinan dimediasi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian dari (Pratama et al., 2024) menunjukkan bahwa *celebrity worship* berpengaruh pada impulsive buying pada penggemar *k-pop* dewasa awal. Hal tersebut menunjukkan bahwa keterikatan individu terhadap figur idola dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Hal tersebut berbeda dengan penelitian ini karena *celebrity worship* tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap *mindfulness*. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh karakteristik variabel yang diteliti, yang mana impulsive buying merupakan perilaku yang bersifat eksternal dan reaktif terhadap stimulus nya. Sedangkan *mindfulness* merupakan proses internal dalam diri individu yang berkaitan dengan kesadaran diri dan regulasi emosi. Dengan demikian, *celebrity worship* memungkinkan lebih berpengaruh terhadap perilaku eksternal dibandingkan dengan proses internal seperti *mindfulness*.

Berdasarkan penelitian dari (Zuo et al., 2023), *mindfulness* terbukti berperan dalam menurunkan depresi, kecemasan dan stress hingga dapat meningkatkan kualitas tidur pada

mahasiswa. Namun penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa intervensi *mindfulness* yang dilakukan, secara signifikan tidak meningkatkan skor *mindfulness* itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa *mindfulness* merupakan konstruk yang kompleks dan tidak mudah dipengaruhi secara langsung. Dengan demikian, *mindfulness* lebih dipengaruhi oleh berbagai faktor internal individu dibandingkan dengan faktor eksternal sehingga dapat menjelaskan tidak ditemukannya hubungan antara kedua variabel yaitu *celebrity worship* dengan *mindfulness*.

Berdasarkan penelitian ([Hanley & Garland, 2017](#)) yang berfokus pada *trait / dispositional mindfulness* yang dikaitkan dengan *Big Five Personality*, karakteristik orang yang *mindful* berdasarkan hasil penelitian yaitu: *Emotional stability* tinggi, *self regulation* kuat, lebih terbuka & fleksibel dalam berpikir dan cenderung prososial. Individu tidak mudah bereaksi secara impulsif terhadap stress, tidak mudah terdistraksi dan mampu mempertahankan fokus pada tujuan jangka panjang.

Penelitian dari ([Beaulieu et al., 2022](#)) merumuskan bahwa, *mindfulness* merupakan konstruk multidimensional yang mencakup aspek self-regulation, self-awareness serta karakteristik kepribadian seperti conscientiousness dan agreeableness. Individu dengan tingkat *mindfulness* tinggi cenderung memiliki regulasi diri yang baik, stabilitas emosi serta kemampuan refleksi diri yang lebih tinggi. Namun demikian, tidak semua aspek *mindfulness* memiliki hubungan yang konsisten terhadap variabel psikologis lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *mindfulness* bersifat kompleks dan tidak selalu berhubungan langsung dengan perilaku tertentu seperti *celebrity worship*.

Menurut ([Bukhori et al., 2023](#)) *mindfulness* dapat menurunkan *psychological distress* melalui peningkatan regulasi emosi, *self-talk* serta teknik relaksasi seperti *deep breathing*. Hal tersebut menunjukkan bahwa *mindfulness* dapat lebih dipengaruhi oleh faktor internal individu seperti *self-talk*, kemampuan mengelola emosi serta dapat mengurangi stress. Oleh karena itu, *mindfulness* sedikit banyaknya lebih dipengaruhi oleh faktor internal dalam diri individu dibandingkan faktor eksternal seperti keterikatan pada idola.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa keterikatan terhadap idola dalam konteks responden penelitian belum mencapai tingkat yang dapat mempengaruhi kesadaran diri *mindfulness* secara signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak semua bentuk *celebrity worship* memiliki dampak psikologis yang negatif, terutama jika masih berada dalam batas yang wajar.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan tidak ditemukannya hubungan antara *celebrity worship* dan *mindfulness*. Penemuan ini mengindikasikan bahwa *mindfulness* sebagai proses internal yang berkaitan dengan kesadaran diri, regulasi emosi dan penerimaan diri cenderung dipengaruhi oleh faktor-faktor internal individu. Sementara itu, *celebrity worship* merupakan fenomena yang berkaitan dengan keterikatan dengan sosok idola lebih berpengaruh terhadap aspek perilaku maupun emosional tertentu.

Kesimpulan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dan *mindfulness* pada penggemar *K-pop* usia dewasa awal

di Kota Jambi ($r = -0,157$; $p > 0,100$), sehingga hipotesis penelitian tidak terbukti. Meskipun arah hubungan bersifat negatif, kekuatan hubungan tersebut tergolong sangat lemah. Analisis deskriptif menunjukkan mayoritas responden memiliki tingkat *celebrity worship* pada kategori sedang, yang mengindikasikan bahwa keterlibatan terhadap figur idola masih dalam batas wajar dan cenderung dipandang sebagai bentuk hiburan, seperti mengikuti informasi terbaru, menonton konten, atau mendengarkan musik tanpa keterikatan emosional yang berlebihan. Dengan demikian, *celebrity worship* pada responden belum mengarah pada tingkat yang patologis. Selain itu, tingkat mindfulness responden juga berada pada kategori sedang, yang menunjukkan bahwa responden memiliki kesadaran diri yang cukup baik dalam memperhatikan pengalaman saat ini dan mampu mengelola emosi dalam batas tertentu, meskipun masih terdapat kecenderungan mengalami distraksi terhadap pengalaman yang sedang dialami. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya penyebaran kuesioner yang belum menjangkau seluruh kecamatan di Kota Jambi secara merata sehingga representasi responden belum sepenuhnya terpenuhi, serta proses pengumpulan data secara daring melalui media sosial yang memiliki keterbatasan dalam menjangkau responden secara optimal. Tidak semua responden memberikan tanggapan dengan cepat dan adanya akun media sosial yang bersifat privat menyebabkan proses pengumpulan data memerlukan waktu yang cukup lama. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji variabel lain yang berpotensi memengaruhi mindfulness pada penggemar *K-pop*, seperti regulasi emosi, *self-compassion*, stres, atau kesejahteraan psikologis, serta memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasil yang diperoleh lebih representatif dalam menggambarkan kondisi penggemar *K-pop* di Kota Jambi secara menyeluruh.

Daftar Pustaka

- Azzahra, M. S., & Ariana, A. D. (2021). Psychological well-being penggemar K-pop dewasa awal yang melakukan celebrity worship. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(1), 137–148.
- Barrang, P., G., A., Zubair, H., & Musawwir. (2022). Celebrity worship pada penggemar K-pop berdasarkan demografi. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(1), 100–106.
- Beaulieu, D. A., Proctor, C. J., Gandet, D. J., Canales, D., & Best, L. A. (2022). What is the mindful personality? Implications for physical and psychological health. *Acta Psychologica*, 224, 103514. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2021.103514>
- 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, H. D., & Lee, H. (2015). *Teaching by principles: An interactive approach to language pedagogy* (4th ed.). Pearson Education.
- Bukhori, A., Yanti, A. R., & Rahmawati, A. (2023). Penerapan mindfulness sebagai upaya dalam mengurangi psychological distress pada generasi Z. *Annual Guidance and Counseling Academic Forum*, 1–9.

- Dewanggi, N. M. P., & Septarini, B. G. (2025). Impact of K-pop dating scandals on fans' parasocial relationships with idol: Comparing Indonesian and South Korean fans. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 12(2), 57–70.
- Girardi, E. (2017). The global dynamics of diabetes and tuberculosis: The impact of migration and policy implications. *International Journal of Infectious Diseases*, 56, 45–53. <https://doi.org/10.1016/j.ijid.2017.01.018>
- Hanley, A. W., & Garland, E. L. (2017). The mindful personality: A meta-analysis from a cybernetic perspective. *Mindfulness*, 8(6), 1456–1470. <https://doi.org/10.1007/s12671-017-0736-8>
- Hoffner, C. A., & Bond, B. J. (2022). Parasocial relationships, social media, and well-being. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101306. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101306>
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Hwang, L. (2024). “I can fix him”: A mixed-method analysis of psychological effects of parasocial relationships in adolescent K-pop fans. *The Young Researcher*, 8(1), 120–134.
- Jatmika, D., & Agustina, V. F. (2020). Mindfulness sebagai mediator fear of missing out dan problematic internet use pada penduduk asli digital. *Jurnal Ilmu Perilaku*, 4(2), 135–153. <https://doi.org/10.25077/jip.4.2.135-153.2020>
- Jia, R., Yang, Q., Liu, B., Song, H., & Wang, Z. (2023). Social anxiety and celebrity worship: The mediating effects of mobile phone dependence and moderating effect of family socioeconomic status. *BMC Psychology*, 11, Article 364. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01405-4>
- Kim, M. S., Wang, S., & Kim, S. (2023). Effects of online fan community interactions on well-being and sense of virtual community among K-pop fans. *Behavioral Sciences*, 13(11), 897. <https://doi.org/10.3390/bs13110897>
- Laksono, A. P., & Noer, A. H. (2021). Idolaku, sumber intimacy-ku: Dinamika celebrity worship dan tugas perkembangan dewasa awal pecinta K-pop. *Jurnal Psikologi Sosial*, 17(2), 139–156.
- 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>
- 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>
- Meindy, N., Djunaidi, A., & Triwahyuni, A. (2022). Adaptasi Five Facet Mindfulness Questionnaire Bahasa Indonesia. *Psychocentrum Review*, 4(1), 1–19. <https://doi.org/10.26539/pcr.41228>
- Murniati. (2020). Penerapan mindfulness untuk menjaga kesehatan mental. *Taujihat: Jurnal*

- Bimbingan Konseling Islam, 1(2), 63–69.
- Pratama, M. N. P., Saudi, N. A., & Aditya, A. M. (2024). Pengaruh celebrity worship terhadap impulsive buying pada penggemar K-pop usia dewasa awal di Indonesia. *Jurnal Psikologi Karakter*, 4(1), 282–287. <https://doi.org/10.56326/jpk.v4i1.3536>
- Putri, M. S. (2019). Perbedaan usia kronologis dan usia dental pada pasien anak dengan pola skeletal kelas I, II dan III menggunakan metode Willems (Skripsi). Universitas Brawijaya.
- Sadira, L., & Vrisaba, N. A. (2025). Hubungan antara parasocial relationship dengan subjective well-being pada penggemar K-pop. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 12(2), 761–773.
- Sari, N. (2025). The effect of company size and good corporate governance on company value. *Journal of Contemporary Business Behavior*, 2(2), 123–130.
- Shofa, M. (2017). Gambaran psikologis celebrity worship pada dewasa awal (Studi kasus mahasiswa penggemar Korean Pop) (Skripsi). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Siregar, S. S., & Siregar, H. (2025). Dampak celebrity worship K-pop terhadap kesejahteraan psikologis remaja perempuan di komunitas Engene Medan. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(4), 35–47.
- Tristan, R. N. A., & Yulianto, A. (2024). Pengaruh celebrity worship dan jenis kelamin terhadap compulsive buying pada penggemar K-pop berusia emerging adulthood. *Sebatik*, 28(1), 138–146. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v28i1.2407>
- Zuo, X., Tang, Y., Chen, Y., & Zhou, Z. (2023). The efficacy of mindfulness-based interventions on mental health among university students: A systematic review and meta-analysis. *Frontiers in Public Health*, 11, Article 1259250. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1259250>