YASIN
Jurnal Pendidikan dan Sosial Budaya

p-ISSN: 2808-2346
e-ISSN: 2808-1854

Terindeks: SINTA 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/yasin.v6i5.11006

HUBUNGAN SELF-CONTROL DAN *CELEBRITY WORSHIP* PADA GENERASI Z PENGGEMAR K-POP

Relationship between Self-Control and Celebrity Worship among Generation Z K-POP Fans

Tengku Nazwa Utami, Satriati Pandita, Amanda Benita Putri, Untung Subroto
Universitas Tarumanagara Jakarta
tengku.705230002@stu.untar.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Jun 13, 2026	Jul 11, 2026	Jul 23, 2026	Jul 28, 2026

Abstract

The development of Korean Pop (K-Pop) through social media and fan communities has encouraged Generation Z to engage in various fan club activities. Although such involvement can provide entertainment, social support, and a space for identity formation, excessive idolization may develop into celebrity worship; therefore, self-control is necessary to ensure that fan engagement remains adaptive. This study aimed to examine the relationship between self-control and celebrity worship among Generation Z K-Pop fans. The study employed a nonexperimental quantitative approach with a correlational design and involved 163 participants selected through purposive sampling. Data were collected using the 10-item Brief Self-Control Scale, with a reliability coefficient of $\alpha = 0.749$, and the 25-item Celebrity Attitude Scale, with a reliability coefficient of $\alpha = 0.896$. The data were analyzed using Pearson correlation after the assumption of normality had been met. The results showed a positive and significant relationship between self-control and celebrity worship ($r = 0.522$; $p < 0.001$). These findings indicate that high self-control does not necessarily reduce fans' involvement with their idols but instead supports the more planned, proportionate, and healthy management of fan club activities, including the regulation of time, expenditure, and emotional responses. Conversely, limited self-control may lead to more impulsive

Yasin Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

and less structured fan activities. This study confirms that celebrity worship is a multidimensional phenomenon that is not necessarily maladaptive when balanced by strong self-control. These findings contribute to the development of social psychology research on fan behavior and provide practical implications regarding the importance of strengthening self-control among Generation Z so that their involvement in fan activities continues to provide psychological and social benefits without disrupting daily functioning.

Keywords: Self-Control; Celebrity Worship; Generation Z; Korean Pop; Fan Behavior

Abstrak: Perkembangan *Korean Pop* (K-Pop) melalui media sosial dan komunitas penggemar telah mendorong keterlibatan Generasi Z dalam berbagai aktivitas *fans club*. Meskipun keterlibatan tersebut dapat memberikan hiburan, dukungan sosial, dan ruang pembentukan identitas, intensitas pengidolaan yang berlebihan berpotensi berkembang menjadi *celebrity worship* sehingga kemampuan *self-control* diperlukan untuk menjaga keterlibatan penggemar tetap adaptif. Penelitian ini bertujuan menguji hubungan antara *self-control* dan *celebrity worship* pada Generasi Z penggemar K-Pop. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif noneksperimental dengan desain korelasional dan melibatkan 163 partisipan yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan *Brief Self-Control Scale* yang terdiri atas 10 butir dengan koefisien reliabilitas $\alpha = 0{,}749$ dan *Celebrity Attitude Scale* yang terdiri atas 25 butir dengan koefisien reliabilitas $\alpha = 0{,}896$. Data dianalisis menggunakan korelasi Pearson setelah memenuhi asumsi normalitas. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara *self-control* dan *celebrity worship* ($r = 0{,}522$; $p < 0{,}001$). Temuan ini menunjukkan bahwa tingginya *self-control* tidak serta-merta mengurangi keterlibatan penggemar terhadap idola, tetapi mendukung pengelolaan aktivitas *fans club* secara lebih terencana, proporsional, dan sehat, termasuk dalam mengatur waktu, pengeluaran, dan respons emosional. Sebaliknya, keterbatasan *self-control* berpotensi memunculkan aktivitas penggemar yang lebih impulsif dan kurang terstruktur. Penelitian ini menegaskan bahwa *celebrity worship* merupakan fenomena multidimensional yang tidak selalu bersifat maladaptif apabila diimbangi dengan kemampuan *self-control* yang baik. Temuan ini berkontribusi terhadap pengembangan kajian psikologi sosial mengenai perilaku penggemar serta memberikan implikasi praktis mengenai pentingnya penguatan *self-control* pada Generasi Z agar keterlibatan dalam aktivitas penggemar tetap memberikan manfaat psikologis dan sosial tanpa mengganggu fungsi kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: *Self-Control*; *Celebrity Worship*; Generasi Z; *Korean Pop*; Perilaku Penggemar

PENDAHULUAN

Perkembangan *Korean Wave* telah menjadikan budaya populer Korea semakin dikenal di berbagai negara, termasuk Indonesia (Putri et al., 2019; Jannah et al., 2023). Salah satu produk budaya yang memiliki pengaruh paling besar adalah Korean Pop (K-Pop), yang tidak hanya dipahami sebagai jenis musik, tetapi juga sebagai fenomena sosial yang memengaruhi pilihan hiburan, gaya hidup, pola konsumsi, hingga pembentukan identitas sosial penggemarnya. Berdasarkan data Korea Foundation (2024), jumlah penggemar *Korean Wave* di dunia telah melampaui 225 juta orang pada akhir tahun 2023. Sementara itu, *2024 Overseas*

Hallyu Survey menunjukkan bahwa Indonesia memiliki tingkat kesukaan terhadap konten budaya Korea yang sangat tinggi, yaitu sebesar 86,3%. Perkembangan media sosial turut mempercepat penyebaran K-Pop melalui aktivitas streaming, voting, fan project, serta pembentukan berbagai komunitas penggemar yang semakin aktif.

Sementara Indonesia berada pada tingkat kesukaan tertinggi terhadap konten Korea, yaitu 86,3. *(Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2024)*. Data tersebut memperlihatkan bahwa K-Pop memiliki kedudukan yang kuat dalam representasi budaya Korea, baik secara internasional maupun dalam konteks Indonesia. Fenomena *Korean Wave* mulai memperoleh perhatian luas sekitar tahun 2002 setelah drama Korea *Endless Love* ditayangkan melalui salah satu stasiun televisi swasta. Popularitas drama Korea tersebut kemudian memperluas penerimaan masyarakat terhadap produk budaya Korea lainnya, termasuk K-Pop. Sejak sekitar tahun 2010, penggemar K-Pop di Indonesia mulai semakin aktif membentuk komunitas penggemar, berinteraksi melalui forum daring, dan menyelenggarakan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan idola (Andini, 2015). Perkembangan media sosial selanjutnya mempercepat penyebaran K-Pop karena penggemar dapat membagikan musik, video, informasi, dan konten idola melalui jaringan digital serta berpartisipasi dalam aktivitas seperti streaming, voting, dan kampanye fans club (Jung & Shim, 2014). Komunitas penggemar K-Pop di Indonesia terdiri atas beragam fans club yang terbentuk berdasarkan grup idola yang diikuti, seperti NCTzen, ARMY, EXO-L, BLINK, CARAT, dan fans club lainnya (Putri dan Widyastuti, 2025).

Keberadaan komunitas penggemar K-Pop memberikan berbagai manfaat, seperti hiburan, dukungan sosial, serta rasa memiliki terhadap suatu kelompok. Namun, keterlibatan yang semakin intens juga berpotensi berkembang menjadi keterikatan emosional yang berlebihan terhadap idola (*celebrity worship*). Kondisi tersebut menjadikan *self-control* sebagai aspek penting yang memungkinkan penggemar mengatur waktu, pengeluaran, emosi, serta perilaku agar aktivitas sebagai penggemar tetap dilakukan secara proporsional dan tidak mengganggu fungsi kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, hubungan antara *self-control* dan *celebrity worship* menjadi penting untuk dikaji, khususnya pada Generasi Z yang merupakan kelompok dengan tingkat penggunaan media sosial dan keterlibatan dalam komunitas penggemar yang tinggi.

Dalam kajian psikologi, *celebrity worship* didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk mengagumi selebriti secara intens yang dapat berkembang dari sekadar hiburan

menjadi keterikatan emosional hingga perilaku yang tidak rasional. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa *celebrity worship* yang berlebihan berkaitan dengan perilaku obsesif, konsumtif, impulsif, agresi verbal di media sosial, kecemasan, depresi, maladaptive daydreaming, hingga permasalahan citra tubuh (Brooks, 2021; Cui & Fang, 2022; Aruguete et al., 2024; Afifah & Subroto, 2024; Winanda & Widayat, 2025). Sebaliknya, *self-control* berperan dalam membantu individu mengendalikan dorongan, emosi, dan perilaku sehingga keterlibatan terhadap idola tetap berada dalam batas yang sehat serta tidak mengganggu aktivitas akademik, pekerjaan, maupun hubungan sosial (Tangney et al., 2004; Inzlicht et al., 2021).

Penelitian mengenai hubungan *self-control* dan *celebrity worship* telah dilakukan sebelumnya, namun masih menunjukkan hasil yang belum konsisten. Hidayati dan Sari (2023) menemukan adanya hubungan negatif antara kontrol diri dan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar K-Pop di Solo Raya. Sebaliknya, Furqon et al. (2025) melaporkan bahwa *celebrity worship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol diri, sedangkan Andriani dan Nastiti (2025) mengkaji kedua variabel tersebut bersama *subjective well-being*. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada mahasiswa, wilayah tertentu, atau komunitas penggemar tertentu sehingga hubungan langsung antara *self-control* dan *celebrity worship* pada Generasi Z secara umum belum banyak diteliti. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian hubungan langsung antara *self-control* dan *celebrity worship* pada Generasi Z penggemar K-Pop dengan menggunakan teori *self-control* dari Tangney et al. (2004) dan konsep *celebrity worship* dari McCutcheon et al. (2002) sebagai landasan teoritis. Penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana kemampuan pengendalian diri berkaitan dengan keterlibatan penggemar terhadap idola dalam konteks budaya populer dan penggunaan media digital yang berkembang pesat di Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada hubungan antara *self-control* dan *celebrity worship* pada Generasi Z penggemar K-Pop. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *self-control* dan *celebrity worship* pada Generasi Z penggemar K-Pop.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non-eksperimental dengan rancangan korelasional. Rancangan korelasional dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self-control* dan *celebrity worship* pada Generasi Z penggemar K-Pop tanpa memberikan perlakuan terhadap partisipan. Penelitian dilaksanakan selama satu bulan, yaitu mulai 9 Mei 2026 sampai dengan 9 Juni 2026. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan Google Form yang disebarkan melalui media sosial, seperti WhatsApp, Instagram, X (Twitter), TikTok, serta komunitas penggemar K-Pop.

Partisipan penelitian berjumlah 163 orang laki-laki dan perempuan Generasi Z penggemar K-Pop. Kriteria inklusi penelitian meliputi: (a) berada pada rentang usia Generasi Z (14–29 tahun); (b) telah bergabung dalam fans club K-Pop minimal enam bulan atau lebih dari satu tahun; (c) bergabung dalam fans club K-Pop; (d) aktif mengakses konten K-Pop melalui media sosial atau platform digital, seperti Instagram, TikTok, X/Twitter, YouTube, Weverse, atau platform lainnya; (e) memiliki keterlibatan dalam aktivitas fans club, seperti mengikuti informasi idola, melakukan streaming, voting, membeli album atau merchandise, menghadiri konser, maupun bergabung dalam komunitas penggemar; dan (f) bersedia mengikuti penelitian dengan memberikan persetujuan (informed consent). Kriteria eksklusi meliputi partisipan yang tidak berada pada rentang usia yang telah ditentukan, tidak memiliki ketertarikan terhadap K-Pop, atau tidak mengisi kuesioner secara lengkap.

Pemilihan partisipan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik non-probability sampling yang memilih partisipan berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Etikan et al., 2016). Teknik ini dipilih karena penelitian memerlukan partisipan yang memiliki pengalaman dan keterlibatan langsung sebagai penggemar K-Pop sehingga mampu memberikan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Selain itu, purposive sampling memungkinkan peneliti memperoleh information-rich participants yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan tujuan penelitian (Campbell et al., 2020).

Instrumen penelitian terdiri atas dua skala psikologis. Variabel self-control diukur menggunakan Brief Self-Control Scale (BSCS) yang dikembangkan oleh Tangney et al. (2004) dan telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Arifin dan Milla (2020). Instrumen ini terdiri atas 10 butir yang mencakup dua dimensi, yaitu inhibition dan initiation, dengan menggunakan skala Likert tujuh poin (1 = sangat tidak setuju sampai 7 = sangat setuju).

Variabel celebrity worship diukur menggunakan Celebrity Attitude Scale (CAS) yang dikembangkan oleh McCutcheon et al. (2002). Instrumen ini terdiri atas 25 butir yang mengukur tiga dimensi, yaitu entertainment-social, intense-personal, dan borderline-pathological. Instrumen CAS versi Bahasa Indonesia mengacu pada Simanjaya (2025) dan menggunakan skala Likert empat poin (1 = sangat tidak setuju sampai 4 = sangat setuju). Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa BSCS memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,749, sedangkan CAS memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,896, sehingga kedua instrumen memiliki konsistensi internal yang baik.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan. Peneliti terlebih dahulu menyusun kuesioner yang terdiri atas lembar informasi penelitian, informed consent, pertanyaan penyaringan, data demografis, skala self-control, dan skala celebrity worship. Selanjutnya, calon partisipan membaca informasi penelitian dan memberikan persetujuan sebelum mengisi kuesioner. Partisipan yang memenuhi kriteria penelitian kemudian mengisi data demografis serta seluruh instrumen penelitian. Data yang telah terkumpul diperiksa melalui proses data cleaning untuk memastikan kelengkapan dan kesesuaian data. Respons yang tidak memenuhi kriteria penelitian atau tidak mengisi kuesioner secara lengkap tidak diikutsertakan dalam analisis.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics. Tahapan analisis meliputi proses coding, penskoran instrumen, reverse scoring pada butir negatif, uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji normalitas menggunakan Kolmogorov–Smirnov, serta pengujian hipotesis. Karena data berdistribusi normal, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk mengetahui hubungan antara self-control dan celebrity worship. Analisis deskriptif juga digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik partisipan, tingkat self-control, tingkat celebrity worship, aktivitas fans club yang paling sering dilakukan, serta grup atau idola K-Pop yang paling banyak diikuti oleh partisipan penelitian.

HASIL

Sebanyak 169 respons terkumpul selama proses pengambilan data. Setelah dilakukan pemeriksaan kelengkapan, dua respons dikeluarkan karena partisipan tidak mengisi kuesioner secara lengkap dan dua respons lainnya dikeluarkan karena partisipan mengisi jawaban "tidak" pada pertanyaan "Apakah Anda Generasi Z Penggemar K-pop?" yang tidak

memenuhi kriteria inklusi partisipan. Dengan demikian, sebanyak 163 data dinyatakan layak dan digunakan dalam seluruh analisis. Skor self-control dihitung dari 10 butir BSCS, sedangkan skor celebrity worship dihitung dari 25 butir CAS setelah satu butir duplikat dikeluarkan pada tahap penyusunan instrumen.

Partisipan penelitian berjumlah 163 orang dengan rentang usia 14 sampai 30 tahun (M = 22,23; SD = 2,91). Mayoritas partisipan adalah perempuan, sedang menjalani pendidikan di perguruan tinggi, dan telah menjadi penggemar K-Pop selama lebih dari satu tahun. Seluruh partisipan menyatakan aktif mengikuti atau mengakses konten K-Pop. Karakteristik partisipan secara lebih rinci disajikan pada Tabel 1,

Tabel 1. Karakteristik Partisipan Penelitian

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Usia	M = 22,23; SD = 2,91; rentang 14–30 tahun	163	100,0
Jenis kelamin	Perempuan	128	78,5
	Laki-laki	35	21,5
Pendidikan/aktivitas	SMP	1	0,6
	SMA	14	8,6
	Kuliah	96	58,9
	Bekerja	52	31,9
Aktif mengikuti K-Pop	Ya	163	100,0
Durasi menjadi penggemar	Kurang dari 6 bulan	30	18,4
	Lebih dari 1 tahun	133	81,6

Catatan. N = 163. Persentase dihitung berdasarkan jumlah partisipan pada setiap kategori dibandingkan dengan jumlah keseluruhan partisipan.

Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh 10 butir *Brief Self-Control Scale* memiliki nilai *r* hitung yang lebih besar daripada nilai batas minimum korelasi yang disyaratkan untuk dinyatakan valid (*r* tabel = 0,1538), dengan koefisien validitas berkisar antara 0,157 sampai 0,774. Seluruh 25 butir *Celebrity Attitude Scale* juga memenuhi kriteria validitas, dengan koefisien berkisar antara 0,194 sampai 1,000. Dengan demikian, seluruh butir pada kedua instrumen dinyatakan valid dan digunakan dalam analisis berikutnya.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa *Brief Self-Control Scale* memperoleh koefisien *Cronbach's alpha* sebesar 0,749, sedangkan *Celebrity Attitude Scale* memperoleh koefisien sebesar

0,896. Kedua nilai tersebut berada di atas batas penerimaan 0,70 sehingga kedua instrumen memiliki konsistensi internal yang memadai.

Uji normalitas *Kolmogorov–Smirnov* menunjukkan bahwa skor *self-control* dan *celebrity worship* memiliki nilai signifikansi sebesar $p \geq 0{,}200$. Nilai tersebut lebih besar daripada 0,05 sehingga distribusi data pada kedua variabel dinyatakan normal. Oleh karena itu, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan korelasi *Pearson*.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai skor *self-control* dan *celebrity worship* pada partisipan penelitian. Rata-rata skor per butir pada variabel *self-control* adalah 3,82 pada rentang respons 1 sampai 7. Sementara itu, rata-rata skor per butir pada variabel *celebrity worship* adalah 2,84 pada rentang respons 1 sampai 4. Gambaran statistik deskriptif, reliabilitas, dan normalitas kedua variabel disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Statistik Deskriptif, Reliabilitas, dan Normalitas Variabel Penelitian

Variabel	N	Jumlah Butir	Rentang Respons	Rerata Butir (M)	Rerata SD Butir	Cronbach's Alpha	Signifikansi Normalitas
Self-control	163	10	1–7	3,82	1,74	0,749	≥ 0,200
Celebrity worship	163	25	1–4	2,84	1,02	0,896	≥ 0,200

Secara deskriptif, rata-rata skor per butir *celebrity worship* berada di atas titik tengah teoretis skala, yaitu 2,50. Namun, hasil tersebut tidak digunakan untuk mengategorikan partisipan ke dalam tingkat rendah, sedang, atau tinggi karena penelitian ini tidak menggunakan norma kategorisasi tertentu.

Uji Hipotesis (Korelasi *Pearson*)

Hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *self-control* dan *celebrity worship* pada Generasi Z penggemar K-Pop (H1). Untuk menguji hipotesis tersebut, digunakan analisis korelasi *Pearson* (*r*) karena kedua variabel berdistribusi normal. Koefisien korelasi Pearson menggambarkan arah dan kekuatan hubungan linear antara dua variabel. Hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 3

Tabel 3. Hasil Analisis Korelasi Pearson Self-control dengan Celebrity worship

Variabel	r	p	Keterangan
Self-control dan celebrity worship	0,522	< 0,001	Positif dan signifikan

Hasil penelitian menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara self-control dan celebrity worship pada 163 Generasi Z penggemar K-Pop, $r(161) = 0{,}522$, $p < 0{,}001$. Temuan

ini menunjukkan bahwa keterlibatan yang tinggi terhadap idola tidak selalu mencerminkan rendahnya pengendalian diri, karena penggemar dengan *self-control* yang baik tetap dapat mengatur waktu, pengeluaran, dan respons emosional dalam aktivitas fans club secara terencana dan proporsional.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara self-control dan celebrity worship pada Generasi Z penggemar K-Pop dengan kekuatan hubungan sedang ($r = 0{,}522$; $p < 0{,}001$). Temuan ini menunjukkan bahwa keterlibatan yang tinggi terhadap idola tidak selalu mencerminkan rendahnya kemampuan pengendalian diri. Sebaliknya, penggemar yang memiliki self-control yang baik tetap mampu mengelola aktivitas dalam fans club secara terencana, seperti mengatur waktu untuk mengikuti konten idola, mengendalikan pengeluaran dalam pembelian album atau merchandise, serta mengelola respons emosional terhadap berbagai peristiwa yang melibatkan idola. Dengan demikian, celebrity worship pada penggemar K-Pop dapat dipahami sebagai bentuk keterlibatan yang tidak selalu bersifat maladaptif, melainkan bergantung pada kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku dan emosinya.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Furqon et al. (2025) yang menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara celebrity worship dan self-control pada penggemar K-Pop di Indonesia. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung teori Tangney et al. (2004) yang menjelaskan bahwa self-control merupakan kemampuan individu untuk mengatur pikiran, emosi, dan perilaku agar tetap sesuai dengan tujuan jangka panjang (Paramitha, 2025; Karimita, 2024). Pendapat tersebut diperkuat oleh Inzlicht et al. (2021) yang menyatakan bahwa self-control merupakan proses regulasi diri yang memungkinkan individu menyeimbangkan berbagai dorongan dan tuntutan sehingga tetap mampu berperilaku secara adaptif. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Hidayati dan Sari (2023) yang menemukan hubungan negatif antara self-control dan celebrity worship. Perbedaan tersebut diduga dipengaruhi oleh karakteristik partisipan, perbedaan komunitas penggemar yang diteliti, intensitas penggunaan media sosial, maupun perbedaan instrumen dan prosedur pengukuran yang digunakan pada masing-masing penelitian.

Penelitian ini juga memperkuat konsep yang dikemukakan oleh McCutcheon et al. (2002) dan Maltby et al. (2006) bahwa celebrity worship merupakan konstruk yang bersifat multidimensional, mulai dari keterlibatan pada tingkat hiburan dan interaksi sosial hingga keterikatan emosional yang lebih intens. Oleh karena itu, skor celebrity worship yang tinggi tidak selalu menunjukkan adanya perilaku yang menyimpang atau patologis. Sebagian besar partisipan tetap mampu menjalankan aktivitas penggemar secara aktif tanpa mengabaikan tanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggemar masih dapat mempertahankan keseimbangan antara aktivitas fandom dan fungsi kehidupan apabila didukung oleh kemampuan self-control yang baik. Meskipun demikian, keterlibatan yang berkembang menjadi perilaku obsesif, impulsif, dan mengganggu aktivitas sehari-hari tetap perlu diwaspadai karena berpotensi memberikan dampak negatif terhadap kesejahteraan psikologis individu.

Temuan penelitian ini memiliki implikasi baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian psikologi mengenai celebrity worship dengan menunjukkan bahwa self-control merupakan faktor penting yang memengaruhi bagaimana individu mengelola keterlibatan terhadap idolanya. Hasil penelitian ini memperluas pemahaman bahwa celebrity worship tidak selalu identik dengan perilaku maladaptif, tetapi dapat menjadi bentuk keterlibatan yang sehat apabila disertai kemampuan regulasi diri yang memadai. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan masukan bagi orang tua, pendidik, konselor, maupun komunitas penggemar untuk meningkatkan kemampuan self-control pada remaja dan dewasa muda, khususnya dalam mengatur penggunaan waktu, pengeluaran, serta respons emosional selama mengikuti aktivitas fandom. Dengan demikian, aktivitas sebagai penggemar dapat tetap memberikan manfaat berupa hiburan, dukungan sosial, dan pembentukan identitas tanpa mengganggu aktivitas akademik, pekerjaan, hubungan sosial, maupun kesejahteraan psikologis.

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Penggunaan teknik purposive sampling menyebabkan hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan kepada seluruh Generasi Z penggemar K-Pop di Indonesia. Selain itu, desain penelitian yang bersifat korelasional tidak memungkinkan peneliti untuk menyimpulkan hubungan sebab-akibat antara self-control dan celebrity worship. Pengumpulan data yang menggunakan metode self-report juga berpotensi menimbulkan bias subjektivitas maupun kecenderungan responden untuk memberikan jawaban yang dianggap baik secara sosial. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan

menggunakan sampel yang lebih beragam, mengkaji masing-masing dimensi celebrity worship secara terpisah, menerapkan desain longitudinal atau eksperimental, serta mempertimbangkan variabel lain seperti hubungan parasosial, intensitas penggunaan media sosial, kesepian, perilaku konsumtif, dan kesejahteraan psikologis agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai celebrity worship pada penggemar K-Pop.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self-control* dan *celebrity worship* pada Generasi Z penggemar K-Pop. Berdasarkan hasil analisis terhadap 163 partisipan, diperoleh temuan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *self-control* dan *celebrity worship* ($r = 0{,}522$; $p < 0{,}001$), sehingga hipotesis penelitian diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan yang tinggi terhadap idola tidak selalu mencerminkan rendahnya kemampuan pengendalian diri. Sebaliknya, penggemar yang memiliki *self-control* yang baik tetap mampu mengelola aktivitas dalam *fans club* secara terencana, mengatur waktu, mengendalikan pengeluaran, serta mengelola respons emosional terhadap idola sehingga keterlibatan tersebut tidak mengganggu aktivitas dan fungsi kehidupan sehari-hari. Penelitian ini menunjukkan bahwa *celebrity worship* merupakan fenomena yang bersifat multidimensional, mencakup aspek hiburan, keterikatan emosional, hingga bentuk keterlibatan yang lebih intens. Oleh karena itu, tingkat *celebrity worship* yang tinggi tidak selalu mengarah pada perilaku maladaptif. Dengan adanya *self-control* yang memadai, penggemar tetap dapat menikmati aktivitas sebagai bagian dari *fans club* secara sehat, proporsional, dan bertanggung jawab.

Kontribusi penelitian ini terletak pada penguatan kajian mengenai hubungan antara *self-control* dan *celebrity worship* pada Generasi Z penggemar K-Pop, khususnya dalam konteks budaya populer Korea di Indonesia. Temuan ini memberikan bukti empiris bahwa *self-control* memiliki peran penting dalam membantu individu mengelola keterlibatan terhadap idola secara adaptif. Hasil penelitian ini juga memperkaya literatur psikologi mengenai perilaku penggemar (*fan behavior*) dengan menunjukkan bahwa *celebrity worship* tidak selalu identik dengan perilaku negatif, tetapi perlu dipahami sebagai fenomena yang kompleks dan multidimensional. Keterbatasan penelitian karena menggunakan teknik *purposive sampling*, desain penelitian korelasional, dan instrumen *self-report*, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas maupun digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan sampel yang lebih beragam dari berbagai wilayah dan komunitas penggemar, menggunakan teknik pengambilan sampel yang lebih representatif, serta mengembangkan desain longitudinal atau eksperimental agar hubungan antarvariabel dapat dipahami secara lebih komprehensif. Penelitian berikutnya juga disarankan untuk menganalisis setiap dimensi *celebrity worship* secara terpisah serta mempertimbangkan variabel lain, seperti *parasocial relationship*, intensitas penggunaan media sosial, kesepian, perilaku konsumtif, dan *subjective well-being*, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika psikologis penggemar K-Pop pada Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

Afifah, M. L., & Subroto, U. (2024). Hubungan Celebrity Worship dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Komunitas CARATS Dewasa Awal di Jakarta. *Innovative: Journal of Social Science Research, 4*(3), 18843–18854. https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/11617

Andriani, B., & Nastiti, D. (2025). The relationship of celebrity worship and self control with subjective well being in NCTZen application users X. *Proceeding of International Conference on Social Science and Humanity, 2*(3), 261–273. https://doi.org/10.61796/icossh.v2i3.124

Arifin, H. H., & Milla, M. N. (2020). Adaptasi dan Properti Psikometrik Skala Kontrol Diri Ringkas Versi Indonesia. *Jurnal Psikologi Sosial, 18*(2), 179–195. https://doi.org/10.7454/jps.2020.18

Aruguete, M. S., Grieve, F., Zsila, Á., Horváth, R., Demetrovics, Z., & McCutcheon, L. E. (2024). The absorption-addiction model of celebrity worship: In search of a broader theoretical foundation. *BMC Psychology, 12*, Article 224. https://doi.org/10.1186/s40359-024-01733-6

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

Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). Purposive sampling: Complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing, 25*(8), 652–661. https://doi.org/10.1177/1744987120927206

Cui, J., & Fang, Y. (2022). Mediating effects of self-concept clarity and self-objectification on the relationship between celebrity worship and the process of considering cosmetic surgery among Chinese undergraduates. *BMC Psychology, 10*, Article 259. https://doi.org/10.1186/s40359-022-00975-6

Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics, 5*(1), 1–4. https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11

Furqon, H., Hasnida, & Fauzia, R. (2025). Peran Kontrol Diri terhadap Celebrity Worship pada Kpopers di Indonesia: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 4*(1), 1128–1133. https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1553

Hidayati, I. A., & Sari, L. K. (2023). Hubungan Kontrol Diri dengan Celebrity Worship pada Mahasiswa Penggemar K-Pop. *Psycho Idea, 21*(2), 153–165. https://doi.org/10.30595/psychoidea.v21i2.18379

Inzlicht, M., Werner, K. M., Briskin, J. L., & Roberts, B. W. (2021). Integrating models of self-regulation. *Annual Review of Psychology, 72*, 319–345. https://doi.org/10.1146/annurev-psych-061020-105721

Jannah, S. R., Khoirunnisa, Z., & Faristiana, A. R. (2023). Pengaruh Korean Wave dalam Fashion Style Remaja Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Kebudayaan dan Agama, 1*(3), 11–20. https://doi.org/10.59024/jipa.v1i3.219

Karimata, D. M. (2024). *Kontribusi Trait Kepribadian Big Five terhadap Self-Control Pelaku Tindak Kriminal Remaja di Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Maros* [Undergraduate thesis, Universitas Hasanuddin]. https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/43682/

Korea Foundation. (2024, March). *Global Hallyu fans surpass 225 million*. KF Newsletter. https://kf.or.kr/kfNewsletter/mgzinSubViewPage.do?langTy=ENG&mgzinSubSn=27283

Paramitha, P. (2025). *Kontribusi Job Stress terhadap Perilaku Impulsive Buying yang Dimoderasi oleh Variabel Self-Control pada Pekerja Makassar* [Undergraduate thesis, Universitas Hasanuddin]. https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/51353/

Putri, F. A., & Widyastuti. (2025). The relationship between celebrity worship and consumptive behavior in teenage K-Pop fans on social media X (Twitter). *Proceeding of International Conference on Social Science and Humanity, 2*(3), 68–85. https://doi.org/10.61796/icossh.v2i3.53

Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF, 3*(1), 68–80. https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940

Simanjaya, C. C., & Subroto, U. (2025). Hubungan Parasocial Relationship dan Kesepian pada Remaja Penggemar K-Pop. *YASIN: Jurnal Pendidikan dan Sosial Budaya, 5*(6), 7027–7044. https://doi.org/10.58578/yasin.v5i6.8493

Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality, 72*(2), 271–324. https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x

Winanda, D. M., & Widayat, I. W. (2025). *Peran Celebrity Worship terhadap Perilaku Agresi Verbal pada Generasi Z Penggemar K-Pop di Media Sosial X* [Unpublished manuscript]. Faculty of Psychology, Universitas Airlangga. http://repository.unair.ac.id/id/eprint/135226