

Menguak Sisi Psikologis Mahasiswa KPOPERs (Penggemar K-Pop): Hubungan Antara *Cognitive Absorption* dengan Kebahagiaan

Nisha Alvines¹, Elrisfa Magistarina², Prima Aulia³, Hanny Rufaidah Damra⁴

^{1,2,3,4} Departemen Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Negeri Padang

E-mail: nishaalvines251@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia menempati jumlah penggemar K-pop ke-3 terbanyak di dunia dengan usia yang dominan salah satunya berada di kalangan mahasiswa. Berdasarkan fenomena didapati bahwa penggemar K-Pop (Kpopers) di kalangan mahasiswa merasakan kebahagiaan bersamaan dengan *cognitive absorption*. Ditinjau dari teori dasar, terdapat hubungan yang berkaitan antara kedua variabel. Meskipun demikian, belum ada penelitian yang mengkaji hubungan antara keduanya. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui gambaran *cognitive absorption* dan gambaran kebahagiaan pada penggemar K-Pop (Kpopers) serta mengetahui hubungan antara *cognitive absorption* dengan kebahagiaan pada penggemar K-Pop di kalangan mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif korelasional melalui survei. Penelitian ini diikuti sebanyak 105 subjek melalui teknik *convenience sampling*. Hasil yang didapatkan yakni kebahagiaan terbanyak berada pada tingkatan sedang di kalangan penggemar fandom dan *cognitive absorption* terbanyak di tingkatan tinggi di kalangan penggemar fandom serta tidak terdapat hubungan antara *cognitive absorption* dengan kebahagiaan pada penggemar K-Pop dengan nilai *pearson's r* sebesar -0.034 dan nilai *p-value* sebesar 0.731. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H0 diterima dan Ha ditolak.

Kata kunci: Kebahagiaan, *Cognitive Absorption*, Penggemar K-Pop (Kpopers), Mahasiswa

ABSTRACT

Indonesia has the 3rd largest number of K-pop fans in the world with the dominant age group being students. Based on the phenomenon, it was found that K-Pop fans (Kpopers) among students felt happiness simultaneously with *cognitive absorption*. Judging from basic theory, there is a relationship between the two variables. However, there has been no research examining the relationship between the two. Based on this, this research aims to determine the description of *cognitive absorption* and the description of happiness among K-Pop fans (Kpopers) and determine the relationship between *cognitive absorption* and happiness among K-Pop fans among students. The method used in this research is quantitative correlational through surveys. This research involved 105 subjects using convenience sampling techniques. The results obtained were that happiness was at a medium level among fandom fans and *cognitive absorption* was at a high level among fandom fans and there was no relationship between *cognitive absorption* and happiness among K-Pop fans with a Pearson's *r* value of -0.034 and a *p-value* value of 0.731. Thus, it can be concluded that the hypothesis H0 is accepted and Ha is rejected.

Keywords: Happiness, *Cognitive Absorption*, K-Pop Fans (Kpopers), Students

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara ketiga penggemar kpop terbanyak di dunia dengan mayoritas usia remaja dan dewasa serta rata-rata mayoritas durasi akses konten K-Pop yakni 1 hingga 3 jam dalam sehari. Informasi yang dimuat oleh Sindonews, berdasarkan laporan dari *The Korean Times* (2019) menyatakan terdapat 73,12 juta penggemar kpop di seluruh dunia dengan Indonesia menempati peringkat ketiga. Mayoritas rata-rata durasi dalam mengakses konten K-Pop pada kpopers disampaikan oleh Cindy Mutia Annur (2022), menurut Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi.id melalui survei kepada 1609 peserta, didapati mayoritas penggemar K-pop di Indonesia mengakses konten K-Pop 1-3 jam dalam sehari dengan sebanyak 41,1% responden, sebanyak 24,7% responden mengakses kurang dari 1 jam dalam sehari, 18,9% responden mengakses konten Korea Selatan selama 3-6 jam perhari, 10,2% responden mengakses konten Korea Selatan selama lebih dari 6 jam sehari. Alasan dari kepopuleran k-pop di Indonesia dijabarkan oleh tirtio.id oleh Rohmah (2022) dengan hasil survei mendapati empat alasan utama yakni musik atau lirik lagu (77,15 %), penampilan artis kpop (71,15%), koreografi (66,76%), visual (61,07%), karakter yang

dimiliki oleh anggota grup k-pop (57%), dsb (1,08%). *The fandom for idols* (2016) menyatakan bahwa penggemar kpop didominasi oleh individu dengan usia 15-35 tahun dengan salah satu pihak yang terlibat adalah mahasiswa seperti yang disampaikan oleh Wilis, S (2011) menyatakan bahwa usia yang dimiliki mahasiswa yakni 18-25 tahun.

Penggemar Kpop (Kpopers) termasuk mahasiswa terbagi menjadi tiga jenis penggemar dan mereka dapat mengakses berbagai konten di internet untuk terhubung dengan Kpop salah satunya melalui media sosial. Terkait jenis-jenis penggemar Kpop, menurut Ayu (Gemalasari, 2017) menyatakan bahwa jenis-jenis penggemar K-pop yakni penggemar fandom, penggemar biasa, dan penggemar musiman. Berdasarkan informasi yang dimuat databoks.com yang ditulis oleh Dihni (2022) melalui hasil survei *Katadata Insight Center* (KIC) mendapati bahwa instagram menjadi media sosial paling banyak digunakan oleh Kpopers. Hasil survei ini menuliskan delapan media sosial yakni *instagram* (88,3%), *twitter* (63,3%), *whatsapp* (50,1%), *youtube* (49,5%), *tiktok* (43,5%), *telegram* (35,7%), *facebook* (31,1%), *line* (13%), dsb (1%). Selain media sosial tersebut, terdapat media sosial lainnya yang dirancang khusus untuk penggemar kpop dan idola dengan konten yang bersifat gratis hingga berbayar yakni *lsyn*, *wevers*, *phoning*, dan *bubble*.

Penggunaan perangkat dengan mengakses media sosial dapat memberikan kebahagiaan kepada mahasiswa Kpopers ketika terhubung dengan idola dan sesama penggemar. Rahyadi (2022) mendapati media sosial mempunyai dampak besar terhadap fandom kpop salah satunya kebahagiaan. Kebahagiaan ini muncul tidak hanya ketika mereka berinteraksi dengan idola favoritnya saja, tetapi juga antar sesama fandom. Beberapa interaksi yang mereka lakukan yakni menonton video idola kpop favoritnya, menari, menyanyi, bermain game, olahraga, atau mengobrol hampir setiap hari sehingga merasakan kenyamanan dan dekat secara emosional.

Berdasarkan psikologi, kebahagiaan didefinisikan sebagai pengalaman sukacita, kepuasan, kesejahteraan positif yang dikombinasikan dengan perasaan bahwa hidup adalah baik, bermakna dan bermanfaat (Lyubomirsky, 2001). Hills & Argyle (1998) menyatakan aspek dari kebahagiaan yakni; 1) perasaan puas terhadap kehidupan yang dijalani; 2) sikap ramah di kehidupan sosial; 3) empati; 4) pola pikir positif; 5) kesejahteraan hidup; 6) riang dan ceria; 7) harga diri positif. Argyle (2003) menyatakan faktor kebahagiaan yakni usia, pendidikan, kelas sosial, pernikahan, agama, kompetensi, dan implikasi kebijakan

Selain memperoleh kebahagiaan, mahasiswa Kpopers secara bersamaan juga mengalami *cognitive absorption*. Situasi ini sesuai dengan pengambilan data awal melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 27 Desember 2023 kepada dua orang mahasiswa Kpopers yang ada di Universitas Negeri Padang yakni R dan N. Kedua mahasiswa menyatakan mendapatkan kebahagiaan ketika mengakses konten yang berhubungan dengan Kpop seperti bahagia ketika mendengarkan lagu K-Pop di platform musik, bahagia ketika bergabung dan berinteraksi di grup antar penggemar melalui whatsapp dan media sosial lainnya baik menggunakan media sosial yang umum digunakan masyarakat awam seperti *youtube* untuk menonton *variety show idola* atau media sosial khusus yang dibuat hanya untuk melakukan interaksi antara penggemar dan idol Kpop seperti *wevers*. Kebahagiaan ini juga muncul bersamaan dengan terpenuhinya dimensi dari *cognitive absorption* yang cenderung memberikan dampak negatif bagi mahasiswa Kpopers yakni munculnya perilaku untuk melakukan interaksi untuk terus mengakses konten Kpop tanpa memperhatikan waktu yang telah berlalu (dimensi *temporal dissociation*), mengabaikan perhatian penting seperti tugas perkuliahan yang tertunda dari hitungan jam hingga hari dan penundaan shalat (dimensi *focused immersion*), tidak dapat mengontrol perilaku untuk terus mengakses konten Kpop (dimensi *control*), adanya keinginan untuk mengeksplorasi informasi mengenai Kpop lebih dalam (dimensi *curiosity*) baik identitas idola kpop, hubungan asmara idol kpop, hingga bagian yang dimiliki oleh masing-masing anggota dalam setiap lagu, dan munculnya perasaan senang (dimensi *heightened enjoyment*),

Cognitive absorption yang dialami oleh mahasiswa Kpopers dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana individu memiliki keterlibatan yang mendalam dengan perangkat lunak (Agarwal dan Karahanna, 2000). Agarwal dan Karahanna (2000) mengusulkan bahwa ciri-ciri keceriaan dan inovasi pribadi adalah penentu penting penyerapan kognitif. Dimensi yang disebutkan sebelumnya sesuai dengan teori Agarwal dan Karahanna (2000) memperkenalkan lima dimensi dari *cognitive absorption* (penyerapan kognitif) yaitu; (1) *temporal dissociation* yakni ketidakmampuan mencatat

berlalu waktu saat terlibat dalam interaksi; (2) *focused immersion* yakni atau pengalaman keterlibatan total di mana tuntutan perhatian lainnya diabaikan; (3) *heightened enjoyment* yakni interaksi yang menyenangkan; (4) *control* yakni mewakili persepsi pengguna sebagai penanggung jawab interaksi; (5) *curiosity* yakni memanfaatkan sejauh mana pengalaman membangkitkan keingintahuan sensorik dan kognitif individu.

Berdasarkan penjabaran di atas dapat dipahami bahwa salah satu dimensi *cognitive absorption* yakni *temporal dissociation* berhubungan dengan waktu yang dialami oleh individu ketika menggunakan teknologi dan salah satu dari aspek kebahagiaan adalah kesejahteraan hidup. Penelitian yang dilakukan oleh Azzahra (2021) memperoleh adanya perbedaan signifikan antara *psychological well-being* dengan durasi penggunaan internet pada kpopers yakni *psychological well-being* paling tinggi dialami oleh individu yang menggunakan internet kurang dari 1 jam dalam sehari, paling rendah dengan durasi internet 3-4 jam dalam sehari, serta berada pada taraf rata-rata dengan durasi penggunaan internet 1-2 jam sehari dan lebih dari 4 jam dalam sehari. Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi antara aspek *cognitive absorption* (*temporal dissociation*) dengan aspek kebahagiaan (kesejahteraan hidup).

Selanjutnya *cognitive absorption* sebagai bentuk motivasi intrinsik yang dimiliki oleh penggemar kpop memiliki hubungan dengan definisi kebahagiaan. Secara umum, *cognitive absorption* mewakili berbagai bentuk motivasi intrinsik dimana suatu perilaku dilakukan untuk dirinya sendiri, guna merasakan kesenangan dan kepuasan yang melekat pada aktivitas tersebut (Deci, Ryan, Vallerand, dalam Agarwal Karahanna 2000). Kebahagiaan yakni pengalaman sukacita, kepuasan, kesejahteraan positif yang dikombinasikan dengan perasaan bahwa hidup adalah baik, bermakna dan bermanfaat (Lyubomirsky, 2001).

Teori selanjutnya yakni adanya hubungan antara keceriaan sebagai penentu penting *cognitive absorption* dengan salah satu aspek kebahagiaan yakni riang dan ceria. Keterhubungan ini didapatkan berdasarkan teori dasar psikologi terkait pendapat Agarwal dan Karahanna (2000) yang mengusulkan bahwa ciri-ciri keceriaan dan inovasi pribadi adalah penentu penting penyerapan kognitif. Menurut Hills & Argyle (2001) menyatakan salah satu aspek dari kebahagiaan adalah riang dan ceria.

Berdasarkan pemaparan yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa tren budaya Kpop menyebar cepat di Indonesia dengan mahasiswa Kpopers memperoleh kebahagiaan bersamaan dengan *cognitive absorption*. Pada situasi ini terdapat permasalahan yakni *cognitive absorption* cenderung memberikan dampak negatif kepada mahasiswa Kpopers saat mengakses konten K-pop serta ketidaktersediaan penelitian sebelumnya yang secara langsung meneliti kedua variabel tersebut serta mengaitkannya dengan penggemar Kpop (Kpopers). Meskipun demikian, terdapat teori dasar antar variabel yang saling berhubungan serta adanya fenomena yang relevan dengan permasalahan yang muncul membuat penelitian ini menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan tersebut dengan mengeksplorasi hubungan antara *cognitive absorption* dan kebahagiaan pada Kpopers, khususnya pada mahasiswa. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui gambaran *cognitive absorption* pada penggemar K-Pop (Kpopers) dan mengetahui gambaran kebahagiaan pada penggemar K-Pop (Kpopers).

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan kuantitatif korelasional dengan melibatkan populasi yakni mahasiswa aktif penggemar K-Pop (Kpopers) di Universitas Negeri Padang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teori *lemmishow* dengan kepercayaan sebesar 95% dan taraf kesalahan sebesar 10% sehingga memperoleh hasil yakni total sampel minimal 96 subjek. Dalam penelitian ini jumlah subjek yang terlibat sebanyak 105 subjek untuk data yang sebenarnya dan sebanyak 30 subjek yang berbeda untuk *try out*. Teknik sampel yang digunakan yakni *convenience sampling* yaitu identifikasi subjek penelitian berdasarkan aksesibilitas mereka kepada peneliti (Hesse-Biber & Leavy, dalam Leavy 2017).

Penelitian ini menggunakan dua skala untuk mengukur kebahagiaan dan *cognitive absorption* pada mahasiswa aktif penggemar K-Pop di Universitas Negeri Padang. Skala kebahagiaan merupakan skala adopsi yang didapatkan dari skala kebahagiaan yang telah dimodifikasi oleh Umaidah, L (2019) berdasarkan teori Hills Argyle (2019). Pada skala

kebahagiaan item yang digunakan sebanyak 29 item dan setelah dilakukan *try out* terdapat 6 item yang gugur dan ketika pengambilan data yang sebenarnya terdapat 1 item yang gugur lagi sehingga total item yang digunakan dalam penelitian sebanyak 22 item dengan rentang skor 1-5 dengan pilihan jawaban yakni; 1) Sangat Tidak Sesuai; 2) Tidak Sesuai; 3) Netral; 4) Sesuai; 5) Sangat Sesuai. Reliabilitas dalam penelitian untuk skala ini yakni *cronbach's alpha* sebesar 0.895. Pada skala *cognitive absorption* peneliti melakukan modifikasi skala berdasarkan skala yang telah dimodifikasi oleh Magistarian, E (2024) berdasarkan teori Agarwal Karahanna (2000). Pada skala ini, item yang digunakan sebanyak mulanya sebanyak 20 item dan ketika dilakukan *try out* terdapat 5 item gugur dan ketika dilakukan pengambilan data sebenarnya semua item valid sehingga terdapat 15 item yang digunakan pada penelitian ini dengan rentang skor 1-5 serta pilihan jawaban yakni; 1) Sangat Tidak Sesuai; 2) Tidak Sesuai; 3) Netral; 4) Sesuai; 5) Sangat Sesuai. Reliabilitas untuk skala ini yakni *cronbach alpha* sebesar 0.911.

Analisis data yang digunakan yakni analisis deskriptif, uji asumsi, dan uji hipotesis melalui JASP. Pada analisis deskriptif menggunakan norma kategorisasi untuk tingkatan tinggi, sedang, dan rendah. Pada uji asumsi menggunakan beberapa cara yakni; 1) uji normalitas dengan memperhatikan *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikansi 5% yakni data berdistribusi normal jika taraf signifikansi ≥ 0.05 ; 2) uji linearitas dengan memperhatikan *partial regression plot*. Pada uji hipotesis penelitian ini menggunakan korelasi *product moment*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini diikuti oleh penggemar K-pop sebanyak 105 subjek dengan rentang usia 18-24 tahun serta diikuti oleh 96 subjek perempuan dan 6 subjek laki-laki. Durasi akses konten kpop dilakukan subjek selama 15 menit-18 jam dalam sehari dengan durasi terbanyak selama 2 jam per hari sebesar 21%. Jenis-jenis penggemar K-Pop (Kpopers) dalam penelitian ini yakni penggemar fandom sebanyak 62.857%, penggemar biasa sebanyak 35.238%, dan penggemar musiman sebanyak 1.905%. Bentuk-bentuk kegiatan yang dilakukan yakni *fansite*, *fan-gathering*, *fan-fiction*, *fancam* dan *fanvid*, *fan-art*, *cover dance*, *cover song*, *role play*, *fanchant* serta terdapat kegiatan lainnya yakni *noraebang*, menonton konser, perayaan ulang tahun idol, melakukan *support* dengan cara *streaming mv* serta *vote* acara *music*, menikmati musik serta *reality show*, membeli album, dan membeli *marchant*, dan *fan challenge*.

Pada kategorisasi untuk masing-masing variabel menggunakan skor hipotetik dengan detail informasi sebagai berikut ini;

Tabel 11. Data Hipotetik dan Data Empirik								
Variabel	Hipotetik				Empirik			
Kebahagiaan	Maks	Min	Mean	SD	Maks	Min	Mean	SD
	110	22	66	14,6	110	55	78.029	11.722
Cognitive Absorption	Maks	Min	Mean	SD	Maks	Min	Mean	SD
	75	15	45	10	75	29	54.686	9.755

Penelitian ini memperoleh hasil *cognitive absorption* dengan kategori tinggi sebanyak 52.381% subjek, kategori sedang sebanyak 43.810% subjek, dan kategori yang paling sedikit dimiliki yakni kategori rendah sebanyak 3.810% subjek. Selanjutnya terdapat gambaran *cognitive absorption* ditinjau dari jenis-jenis penggemar K-Pop (Kpopers). Penelitian ini mendapati hasil yakni penggemar biasa paling banyak berada pada kategori sedang sebanyak 51.351%, penggemar fandom paling banyak berada pada kategori tinggi sebanyak 54.545% subjek, dan penggemar musiman memiliki 100% subjek kategori tinggi.

Penelitian ini memperoleh hasil kebahagiaan pada tingkatan tinggi dan sedang tanpa adanya tingkatan rendah. Pada tingkatan sedang sebanyak 60% subjek dan tingkatan tinggi

sebanyak 40% subjek. Keseluruhan jenis-jenis penggemar K-Pop sama-sama memiliki subjek terbanyak pada tingkatan sedang. Pada penggemar biasa kategori pada tingkatan sedang 59,459% subjek, penggemar fandom kategori sedang sebanyak 59.091% subjek, pada penggemar musiman berada pada kategori sedang sebanyak 100%.

Berdasarkan uji asumsi penelitian ini memiliki hasil data yang berdistribusi normal dan memiliki data yang linear. Pada uji normalitas penelitian ini mendapati hasil yakni *Kolmogorov-Smirnov* dengan nilai *p* atau taraf signifikansi sebesar 0.582 sedangkan pada *cognitive absorption* mendapati hasil sebesar 0,813 yang mana keduanya memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* ≥ 0.05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua variabel memiliki data yang berdistribusi normal. Pada uji linearitas penelitian ini memperhatikan *partial regression plot* dengan hasil data yang linear.

Tabel 12. Uji Normalitas *Cognitive Absorption*

<i>Cognitive Absorption</i>	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	0.582
Kebahagiaan	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	0.813

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis dengan memperhatikan nilai korelasi *product moment*. Hasil uji hipotesis didapati bahwa nilai *pearson's r* yakni -0.034 yang artinya terdapat korelasi negatif yang sangat lemah antara kebahagiaan dengan *cognitive absorption*. Selain itu, juga didapati hasil bahwa nilai *p-value* sebesar 0.731 yang dapat diartikan bahwa tidak terdapat hubungan signifikan antara *cognitive absorption* dengan kebahagiaan. Berdasarkan hasil ini, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan tidak ada hubungan yang signifikan antara *cognitive absorption* dengan kebahagiaan pada mahasiswa kpopers.

Tabel 13. Uji Hipotesis

Korelasi <i>product moment</i>	<i>Pearson's r</i>	-0.034
	<i>p-value</i>	0.731

PEMBAHASAN

Salah satu tujuan penelitian adalah untuk mengetahui gambaran *cognitive absorption* pada mahasiswa aktif penggemar K-Pop (Kpopers). Hasil penelitian mendapati bahwa *cognitive absorption* terbanyak dimiliki oleh mahasiswa Kpopers di kategori tinggi sebesar 52.381% subjek dan kategori tinggi ini paling banyak dimiliki oleh subjek dengan jenis penggemar fandom sebesar 54.545%. *Cognitive absorption* yang tinggi ditunjukkan dengan munculnya perilaku subjek untuk terlibat secara mendalam dengan perangkat lunak mereka yang mana hal ini sesuai dengan pendapat dari Agarwal dan Karahanna (2000) yang menyatakan bahwa *cognitive absorption* adalah suatu keadaan dimana individu memiliki keterlibatan yang mendalam dengan perangkat lunak (Agarwal dan Karahanna, 2000). Alasan dari penggemar fandom memiliki *cognitive absorption* dengan kategori tinggi paling banyak karena mereka adalah penggemar dengan tingkat loyalitas yang sangat tinggi, mereka mengetahui informasi terkait debut idolanya hingga sekarang serta tidak memiliki keraguan dalam mengeluarkan uang untuk membeli album, atribut tentang idola mereka, dan merchandise (Ayu, dalam Gemalasari, 2017).

Tujuan penelitian selanjutnya adalah untuk mengetahui gambaran kebahagiaan mahasiswa aktif penggemar K-Pop (Kpopers). Kebahagiaan terbanyak dimiliki pada kategori sedang sebanyak 60% subjek dan kategori sedang ini dimiliki oleh subjek dengan jenis penggemar fandom sebesar 59.091%. Kebahagiaan yang dimiliki oleh subjek melibatkan sisi emosional serta kognitif dengan terpenuhinya aspek-aspek dari kebahagiaan seperti pendapat yang disampaikan oleh Hills & Argyle (1998) menyatakan aspek dari kebahagiaan yakni; 1) perasaan puas terhadap kehidupan yang dijalani; 2) sikap ramah di kehidupan sosial; 3) empati; 4) pola pikir positif; 5) kesejahteraan hidup; 6) riang dan ceria; 7) harga diri positif. Selain itu kebahagiaan ini juga diperoleh dengan pengalaman serta kebermaknaan yang dimiliki oleh subjek, hal ini sesuai dengan pendapat Lyubomirsky (2001) yang menyatakan bahwa kebahagiaan yakni pengalaman kegembiraan, kepuasan, kesejahteraan positif yang dikombinasikan dengan perasaan bahwa hidup seseorang

baik, bermakna dan berharga (Lyubomirsky, 2001). Terdapat juga teori pendukung lainnya yang disampaikan oleh Seligman (2011) yang menyatakan bahwa kebahagiaan adalah sesuatu hal yang terbentuk dari emosi positif, keterlibatan, dan kebermaknaan.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui hubungan *cognitive absorption* dengan kebahagiaan pada mahasiswa aktif penggemar Kpop (Kpopers) di Universitas Negeri Padang. Hasil penelitian mendapati bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *cognitive absorption* dengan kebahagiaan pada mahasiswa aktif penggemar Kpop. Situasi ini muncul karena adanya perbedaan karakteristik diantara keduanya yakni *cognitive absorption* adalah keterlibatan mendalam dengan perangkat lunak yang melibatkan faktor individu dan situasional, termasuk *temporal dissociation*, *focused immersion*, *heightened enjoyment*, *control*, dan *curiosity* (Agarwal & Karahanna, 2000), sebaliknya kebahagiaan adalah pengalaman kegembiraan, kepuasan, dan kesejahteraan positif yang mencerminkan hidup yang bermakna dan berharga (Lyubomirsky, 2001) serta terbentuk dari emosi positif, keterlibatan, dan kebermaknaan (Seligman, 2011). Oleh karena itu, meskipun *cognitive absorption* berfokus pada keterlibatan intens dalam aktivitas tertentu, kebahagiaan mencakup kesejahteraan emosional dan makna hidup yang lebih luas, menjelaskan tidak adanya hubungan signifikan antara keduanya. Selain hal ini, juga terdapat beberapa alasan berdasarkan teori dasar yang saling berhubungan.

Teori dasar pertama yakni adanya hubungan antara aspek yang didapatkan dari penelitian lain yang tidak terfokus langsung terhadap kedua variabel. Hubungan teori dasar antara aspek tersebut yakni aspek dari *cognitive absorption* menurut Agarwal dan Karahanna (2000) yaitu *temporal dissociation* dengan salah satu aspek dari Hills dan Argyle (2001) yakni *psychological well-being* (kesejahteraan psikologi). Hubungan dari kedua aspek ini didapatkan dari penelitian Azzahra (2021) yang menyatakan bahwa adanya perbedaan signifikan antara *psychological well-being* dengan durasi penggunaan internet pada kpopers. Pada penelitian ini durasi waktu dikaitkan dengan *temporal dissociation* untuk *cognitive absorption* yang mana berhubungan dengan aspek kebahagiaan yakni *psychological well-being*. Secara garis besar, penelitian ini tidak terfokus langsung kepada kebahagiaan dan *cognitive absorption* yang digunakan sebagai hubungan antar variabel sehingga hasil penelitian yang diperoleh saat ini mendapati hasil yang demikian.

Kedua, hubungan teori dasar yakni *cognitive absorption* sebagai bentuk motivasi intrinsik hanya mewakili satu bagian yang terdapat pada definisi kebahagiaan. Deci, Ryan, Vallerand (Agarwal Karahanna, 2000) menyatakan bahwa *cognitive absorption* mewakili berbagai bentuk motivasi intrinsik dimana suatu perilaku dilakukan untuk dirinya sendiri, guna merasakan kesenangan dan kepuasan yang melekat pada aktivitas tersebut. Kepuasan yang ada pada motivasi intrinsik ini termasuk pada definisi dari kebahagiaan berdasarkan teori dari Lyubomirsky (2001) menyatakan bahwa kebahagiaan yakni pengalaman sukacita, kepuasan, kesejahteraan positif yang dikombinasikan dengan perasaan bahwa hidup adalah baik, bermakna dan bermanfaat. Dalam hal ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa *cognitive absorption* hanya mewakili satu bagian dari definisi kebahagiaan padahal masih terdapat hal-hal lainnya yang ada pada definisi kebahagiaan itu sendiri yang tidak dimiliki oleh *cognitive absorption* yakni pengalaman sukacita, kesejahteraan positif dengan kombinasi adanya perasaan bahwa hidup adalah baik, bermakna dan bermanfaat.

Ketiga, penentu penting dari *cognitive absorption* yakni riang dan ceria yang hanya memiliki satu kesamaan dengan beberapa aspek yang ada pada kebahagiaan. Agarwal dan Karahanna (2000) mengusulkan bahwa ciri-ciri keceriaan dan inovasi pribadi adalah penentu penting *cognitive absorption*. Pada teori dasar ini *cognitive absorption* hanya memperlihatkan hubungan dengan satu aspek terhadap kebahagiaan padahal masih terdapat aspek-aspek lainnya yang tidak disebutkan. Hills & Argyle (2002) menyatakan aspek dari kebahagiaan yakni; 1) perasaan puas terhadap kehidupan yang dijalani; 2) sikap ramah di kehidupan sosial; 3) empati; 4) pola pikir positif; 5) kesejahteraan hidup; 6) riang dan ceria; 7) harga diri positif. Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa *cognitive absorption* hanya memiliki 1 dari 7 aspek yang sama dengan aspek kebahagiaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan penjabaran yang telah disampaikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *cognitive absorption* paling banyak di kategori tinggi, kebahagiaan pada kategori sedang, dan tidak terdapat hubungan antara *cognitive absorption* dengan kebahagiaan pada mahasiswa penggemar K-Pop (Kpopers). Pada *cognitive absorption* kategori terbanyak di tingkatan tinggi sebesar 52.381% subjek serta penggemar fandom memiliki tingkatan *cognitive absorption* terbanyak dengan kriteria tinggi sebesar 54.545% subjek. Pada kebahagiaan kategori terbanyak di tingkatan sedang sebesar 60% subjek serta jenis penggemar terbanyak pada penggemar biasa dengan tingkatan sedang sebesar 59,459% subjek. Pada hasil penelitian tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *cognitive absorption* dengan kebahagiaan pada mahasiswa aktif penggemar Kpop di Universitas Negeri Padang dengan nilai *pearson's r* sebesar -0.034 dan nilai *p-value* sebesar 0.731.

SARAN

Terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya terkait subjek penelitian dan pengembangan *instrument*. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa aktif penggemar K-Pop (Kpopers) yang memiliki banyak tugas perkuliahan serta adanya tuntutan lainnya sehingga aktifitas untuk mengakses konten K-Pop menjadi berkurang. Dalam hal ini, pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk melibatkan sampel yang memiliki tingkat akses K-Pop yang lebih besar seperti komunitas yakni fans K-Pop yang tergabung dalam grup atau kepada penggemar K-Pop yang aktif terlibat, *update*, serta mengikuti akun-akun K-Pop di media sosial. Penelitian ini juga diharapkan untuk dilakukan kepada remaja yang masih belum memiliki banyak tugas dan tuntutan lainnya sehingga memiliki akses K-Pop yang lebih banyak daripada mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa jenis penggemar fandom memiliki tingkatan kebahagiaan dan *cognitive absorption* yang lebih besar daripada jenis penggemar lainnya sehingga penelitian selanjutnya diharapkan untuk terfokus kepada jenis penggemar ini.

Selanjutnya, terdapat juga saran untuk memperbaiki atau mengembangkan instrumen pengukuran *cognitive absorption* dan kebahagiaan yang lebih spesifik dan sesuai dengan konteks penggemar Kpop. Pengembangan instrumen skala dapat dilakukan di penelitian selanjutnya seperti menambahkan item distraksi. Dengan mempertimbangkan saran-saran ini, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan temuan yang lebih kaya dan komprehensif mengenai hubungan antara *cognitive absorption* dan kebahagiaan pada penggemar Kpop. Selain itu, hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi praktisi dan pihak-pihak terkait dalam mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan kebahagiaan pada penggemar Kpop.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, R., & Karahanna, E. (2000). Time flies when you're having fun: Cognitive absorption and beliefs about information technology usage. *MIS quarterly*, 665-694. DOI: 10.2307/3250951
- Annur, C. M. (2024) KIC: Mayoritas Indonesia dengarkan musik & tonton drama Korea hingga 3 jam perhari. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/25/kic-mayoritas-indonesia-dengarkan-musik-tonton-drama-korea-hingga-3-jam-per-hari>
- Azzahra, M. S., & Ariana, A. D. (2021). Psychological wellbeing penggemar k-pop dewasa awal yang melakukan celebrity worship. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRP KM)*, 1(1), 137–148. DOI: 10.20473/brpkm.v1i1.24729
- Gemalasari, K. (2017). *Gambaran perilaku konsumtif produk fashion k-pop (Studi fenomenologi pada fans k-pop remaja putri Di Malang)*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya
- Hills, P., & Argyle, M. (1998). Positive moods derived from leisure and their relationship to happiness and personality. *Personality and individual differences*, 25(3), 523-535. DOI: 10.1016/S0191-8869(98)00082-8
- Lyubomirsky, S. (2001). Why are some people happier than others? The role of cognitive and motivational processes in well-being. *American Psychologist*, 56 (3), 239-249. DOI: 10.1037/0003-066X.56.3.239

- Magistarina, E. (2024). Connecting Minds and Screens: The Mediating Influence of Cyberloafing on Cognitive Absorption and Social Well-Being. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)*, 15(1), 19-28.
- Pasar besar budaya K-Pop di Indonesia. (2019, September 29). Sindo News. <https://lifestyle.sindonews.com/berita/1443960/166/pasar-besar-budaya-k-pop-di-indonesia>
- Rahyadi, Irmawan, dkk. (2022). Dinamika potensi k-pop dan media sosial untuk aktivitas penggemar: Tinjauan komprehensif. *Infokum*, 10(5), 1209-1217.
- Riset: Mayoritas responden sebut k-pop bantu hilangkan stress. (2022, Desember 30). Tirto.id. <https://lifestyle.sindonews.com/berita/1443960/166/pasar-besar-budaya-k-pop-di-indonesia>
- Seligman, M. E. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Simon and Schuster.
- Umaidah, L. (2019). Hubungan antara kebahagiaan dengan kecanduan internet pada mahasiswa Skripsi. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Willis, Sofyan S. (2011). *Konseling individual, teori dan praktek*. Alfabeta: Bandung.