

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi dan arus globalisasi membuat gelombang budaya Korea (*Korean Wave*) semakin menyebar bukan hanya di Korea namun ke Asia ataupun Amerika. Gelombang budaya Korea atau yang biasa disebut *Hallyu* adalah fenomena yang melibatkan penyebaran K-Pop (musik populer Korea) ke penikmat musik di seluruh dunia (Williams & Ho, 2014; Laffan, 2020). Korea Foundation (2022) menyebutkan bahwa pada tahun 2022 penggemar Hallyu saat ini mencapai 178 juta jiwa di 118 negara.

Kegemaran terhadap K-Pop dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti penampilan musik yang bagus, dan *visual* serta *performance* yang menarik. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Darfiyanti dan Putra (2012), diketahui bahwa alasan responden menyukai musik K-Pop adalah penampilan dan vokal idola yang menarik, dan kepribadian yang khas sebagai karakteristik dari idola tersebut. Sementara berdasarkan penelitian Dewi dan Indrawati (2019) alasan responden menyukai K-Pop pada usia dewasa awal adalah karena visual idola, penampilan saat *perform* di panggung, musik dan *attitude* dari idola tersebut.

Selanjutnya IDN Times (dalam Almaida dkk, 2021) menyebutkan bahwa penggemar K-Pop berasal dari kalangan umur yang beragam. Usia penggemar K-Pop di Indonesia terdiri dari usia 10-15 tahun dengan persentase terendah yaitu 9.3%, usia 15-20 tahun dengan persentase 38.1%, usia lebih dari 25 tahun dengan persentase 11,9% , dan usia 20-25 tahun dengan persentase paling tinggi yaitu 40,7 %. Survey tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar K-Pop berada pada rentang usia dewasa awal. Masa dewasa awal yaitu dimulai dari umur 18 sampai kira-kira 40 tahun (Hurlock, 2004).

Penelitian Boon & Lomore (2001) menunjukkan bahwa sebanyak 75% individu pada masa dewasa awal cenderung memiliki ketertarikan yang kuat terhadap selebriti seperti bintang film, idola pop, dan semacamnya. Ketertarikan ini dapat

disebabkan oleh tugas perkembangan mereka dimana menurut model Erikson (Santrock, 2002; Putra, 2012) adalah membentuk hubungan intimasi dengan orang lain. Hasil penelitian dari Darfiyanti & Putra (2012) menunjukkan hubungan ketertarikan idola dalam kaitannya dengan hubungan intimasi karena adanya keinginan untuk memiliki pasangan yang sesuai atau setidaknya mirip dengan idola kesukaannya.

Pada budaya K-Pop sendiri memiliki komunitas penggemar dengan nama yang berbeda-beda tiap grup yang biasa disebut *Fandom* (*fans kingdom*) (Nugraini, 2016). *Fandom* ini terbentuk dengan tujuan untuk saling berbagi informasi dengan para *fans* yang lainnya karena memiliki minat dan kesukaan dengan idola yang sama (Rohmah, 2019). Indonesia sendiri menjadi negara dengan *fans* K-Pop terbanyak di dunia dan menjadi *fans* dengan jumlah *tweet* terbanyak yang membicarakan K-Pop di Twitter pada tahun 2021 (Alifah, 2022).

CNN Indonesia pada tahun 2022 menjelaskan bahwa penggemar K-Pop di Indonesia terbanyak menggunakan twitter. CNN Indonesia juga menjelaskan bahwa twitter mengklaim akan memberi pendampingan terkait masalah kebebasan berbicara, hal ini menjadi kesempatan beberapa orang untuk melakukan tindakan *cyberbullying* di twitter. Menurut Anggraeni, Lotulung & Kalangi (2022) twitter merupakan salah satu *platform* yang banyak digunakan sebagai alat untuk melakukan *cyberbullying* karena twitter memberikan kemudahan bagi siapa pun untuk menyampaikan pendapatnya dan dapat memposting teks kejam atau mengunggah foto yang merujuk pada orang lain dengan tujuan dan mencemarkan nama baik seseorang. Lalu dengan kemudahan membuat akun anonim di twitter membuat individu merasa bebas karena tidak diketahui identitas mereka sehingga individu tersebut melakukan *cyberbullying* kepada orang lain (Sterner & Felmlee, 2017).

Salah satu contoh *cyberbullying* oleh penggemar K-Pop adalah *Fanwar* atau perselisihan antar *Fandom* (Rinata & Dewi, 2019). Masalah seperti perselisihan antar *Fandom* ini yang dapat menyebabkan penggemar K-Pop menunjukkan agresi verbal, mengirimkan teks yang menyinggung dan kasar, dan membuat ancaman pembunuhan kepada idola atau penggemar idola lainnya

(Eliani, Yuniardi & Masturah, 2018). Membuat komentar buruk tentang idola tersebut dan tak jarang juga menuju kepada penggemarnya yang tanpa disadari masuk dalam kategori *cyberbullying* (Efathania & Aisyah, 2019).



Gambar 1.1 Tweet Komentar Buruk Terhadap Jaemin dan Renjun NCT

Sumber: Akun Twitter @matchaliattee. Diakses 30 November 2023

Cyberbullying adalah bentuk intimidasi dan pelecehan yang melibatkan pengiriman pesan yang menyinggung atau mengancam, memposting gambar memalukan lainnya atau menyebarkan desas-desus tentang hal buruk kepada orang lain (Gage, 2015). Menurut Tiffany (2018) *cyberbullying* adalah perilaku mengintimidasi, melecehkan, mengancam, atau mengejek dan memposting informasi sesuatu yang sensitif tentang orang lain dengan sengaja dan tanpa izin orang tersebut, lalu berusaha merusak reputasi seseorang dengan cara membobol akun dan menggunakan identitasnya. Menurut Slonje dkk (2013) *cyberbullying* dilakukan oleh individu yang memiliki motif balas dendam, iri hati, cemburu, bosan, dan ingin mencoba kepribadian baru.

Cyberbullying memiliki efek negatif yang dapat membuat korban sulit untuk berkonsentrasi akibat kecemasan, gelisah dan ketakutan yang terus-menerus, mengakibatkan masalah emosional seperti kecemasan terutama saat membuka media sosial, hingga bisa membuat korban bunuh diri (Roth, 2015). *Cyberbullying* dapat memperburuk psikologis seseorang dan menyebabkan depresi (Gámez-Guadix, Orue, Smith, & Calvete, 2013). Seperti yang dipaparkan oleh John, et al., (2018) korban dari *cyberbullying* sangat beresiko pada *self-harm* dan bunuh diri. Seperti idola K-Pop yang bernama Goo Hara dan Sulli, mereka

memutuskan untuk mengakhiri hidupnya karena tidak tahan dengan komentar jahat yang mereka dapat (Rastati, 2020; Reuters, 2019). Selain K-Pop idola, idola Indonesia juga mengalami perundungan online dari para penggemar K-Pop, terutama postingan Raline Shah tentang topik sensitif terkait *boy band* Korea (Rastati, 2020).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sterner & Felmlee (2017) bahwa *cyberbullying* di twitter tersebar luas dan bersifat ofensif atau menyerang, serta berdampak serius dan merusak bagi korban. Aktivitas penggemar K-Pop meluas dan semakin dalam saat mereka bergabung dengan *fandom*. Hal ini disebabkan karena mereka melakukan tindakan secara bersamaan, dan tindakan bersama tersebut seringkali menghasilkan perilaku agresif (Nugraini, 2016). Di media sosial, sering ditemukan komentar kasar dari para penggemar K-Pop Indonesia yang menunjukkan perilaku terkait *cyberbullying*. Survey yang dilakukan Amry & Pratama (2021) menggunakan voting di twitter pada penggemar K-Pop, dari 606 *voters* 72% diantaranya pernah menulis komentar kasar di sosial media.

Pada hasil penelitian Elian, Yuniardi dan Masturah (2018) juga menunjukkan bahwa penggemar K-Pop terlibat dalam bentuk perilaku verbal agresif di media sosial, seperti serangan karakter menggunakan skill ofensif, serangan verbal dan non-verbal. Dilakukan dengan memposting foto dan gambar dengan mengejek yang dilakukan untuk meremehkan mental, dan sering menggunakan ancaman kepada korban. Bentuk perilaku agresif secara verbal ini termasuk dalam kategori *cyberbullying* yang sama dengan pelecehan dan *flaming*. Contoh kasus yang viral di twitter tahun 2022, kasus ini bermula dari seorang penggemar NCT bernama Safa yang menghina dua anggota grup NCT bernama Na Jaemin dan Huang Renjun di akun twitter miliknya (Gambar 1.1). Penggemar Na Jaemin dan Huang Renjun tersinggung dengan hinaan Safa, sehingga ruang obrolan bernama "Safa Space" dibuat di fitur *Space* untuk membahas masalah tersebut lebih lanjut. *Space* merupakan fitur twitter berupa ruang obrolan audio, twitter *Spaces* adalah obrolan audio langsung yang dibuat oleh twitter pada tahun 2021 yang memungkinkan pengguna mengobrol dengan pengguna lain. Obrolan ini bersifat publik, jadi tidak ada batasan bagi pengguna twitter untuk bergabung.

Space berdurasi selama 2.5 jam, Safa diminta untuk membuat video permintaan maaf bersama kedua orang tuanya dan menulis permintaan maaf di atas materai dengan ditandatangani oleh kedua orang tuanya.

Awalnya Safa menerima perintah tersebut. Namun, saat diminta mengambil video bersama orang tuanya, dia menolak karena merasa hal itu akan melanggar privasinya. Penolakan ini membuat penggemar lain menjadi semakin emosi terutama pada akun twitter bernama @Berflowerrr yang mengaku sebagai perempuan berusia 29 tahun yang merupakan aktivis HAM, memiliki dosen seorang kader partai ternama di Indonesia, memiliki Ayah seorang Tentara, dan adiknya seorang Polisi. Akun @Berflowerrr juga mengancam Safa dengan mengatakan bahwa dia sudah memanggil advokat untuk membawa kasus ini ke meja hijau dan mengancam dapat menurunkan pangkat Ayahnya Safa yang bekerja sebagai Polisi (Izzati, 2022). Banyak pengguna twitter yang menyayangkan perilaku akun @Berflowerrr, karena dengan usia yang sudah dewasa tapi masih melakukan perilaku *cyberbullying*. Akan tetapi, kasus "*Safa Space*" juga membuat akun @Berflowerrr mendapatkan *bully an* dari pengguna twitter lainnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fauziah (2016) menyatakan bahwa beberapa penggemar kpop melakukan *cyberbullying* sebagai bentuk pembelaan yang berlebihan terhadap idolanya. Individu termotivasi untuk melakukan *cyberbullying* karena memiliki obsesi terhadap selebriti atau *celebrity worship* dan mempunyai perasaan dekat dengan idolanya yang membuat penggemar menjadi protektif dan defensif secara fanatik. Chapman (dalam Sunarni, 2015) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai sindrom perilaku obsesif adiktif dan segala sesuatu yang berhubungan dengan selebriti tersebut. *Celebrity worship* biasanya melibatkan satu atau lebih selebriti yang sangat disukainya sehingga individu tersebut tidak bisa melepaskan apapun yang berhubungan dengan selebriti itu.

Celebrity worship adalah struktur identitas dalam internal individu yang mendukung penyerapan psikologis selebriti yang didewakan dalam upaya untuk menciptakan identitas diri dan rasa pemenuhan batin individu itu sendiri (Maltby

dkk., 2006). McCutcheon et al., (dalam Sheridan et al., 2007) menyebutkan sifat dalam *celebrity worship* mirip dengan kecanduan. Saat intensitas keterlibatan dengan idolanya meningkat, penggemar akan menganggap bahwa idolanya merupakan orang yang dekat dengan dirinya dan akan muncul hubungan parasosial, hubungan parasosial adalah hubungan yang dihasilkan dari imajinasi penggemar dengan idolanya yang bersifat satu arah, hubungan satu arah atau hubungan parasosial ini adalah imajinasi dalam diri penggemar terhadap idolanya (Darfiyanti & Putra, 2012).

Maltby et al, (2006) menjelaskan bahwa *celebrity worship* terdapat tiga tingkatan yaitu *Entertainment-social*, *Intense-personal*, dan *Borderline-pathological*. Pertama *Entertainment-social*, penggemar termotivasi untuk mencari informasi tentang idolanya yang bertujuan untuk hiburan, contohnya ketika seorang penggemar menyukai penyanyi karena penyanyi tersebut mampu bernyanyi & menari dengan stabil. Kedua *Intense-personal*, aspek yang menggambarkan perasaan yang *intens* dan kompulsif terhadap idola, dan hampir mendekati perasaan obsesi penggemar terhadap idolanya. Rasa empati yang tinggi yang dirasakan penggemar terhadap idolanya membuat penggemar merasa memiliki ikatan khusus dan ikut merasakan apa yang terjadi dengan idola tersebut, contohnya penggemar yang merasa sedih jika idolanya mengalami kegagalan. Ketiga *Borderline-pathological*, merupakan tingkatan paling tinggi berupa sikap seperti kesediaan untuk melakukan apa pun untuk idolanya tersebut meskipun hal tersebut melanggar hukum, penggemar mulai berfantasi dan berkhayal memiliki kedekatan khusus dengan idolanya, penggemar memiliki keyakinan idolanya akan menolong saat penggemar tersebut membutuhkan bantuan. Penggemar yang seperti ini tampak memiliki pemikiran yang tidak terkontrol dan menjadi irasional. Tingkat tersebut menunjukkan bahwa makin seseorang memuja dan terlibat dengan sosok idola tertentu, maka hubungan parasosial yang terjalin akan makin kuat.

Berdasarkan penelitian Dewi dan Indrawati (2019) individu dengan tahapan *entertainment-social* dan *intense-personal* menyadari bahwa idola K-Pop memiliki kehidupan lain sebagai manusia biasa dibalik kehidupan selebritinya, idola K-Pop bukanlah prioritas dalam kehidupan mereka, realitas kehidupan

seperti bekerja, melanjutkan pendidikan, dan mulai mencari pasangan, menyadari akan tanggung jawab di masa dewasa awal. Individu tersebut mampu menyembunyikan rasa kesal ketika idolanya diremehkan atau diejek. Menurut Maltby, Day, McCutcheon, Houran dan Ashe (2006) menemukan bahwa fase *entertainment-social* dicirikan oleh individu yang terlibat dengan selebriti untuk hiburan dan mengisi waktu luang. Sedangkan individu yang terlalu memuja selebriti akan menjadi individu yang fanatik (Ibadurrahma, 2021). Perilaku fanatik terhadap selebriti membuat individu melakukan agresi verbal di media sosial (Eliani, Yuniardi & Masturah, 2018). Agresi verbal di media sosial termasuk dalam kategori *cyberbullying*, yaitu *flaming*, *harassment*, dan *cyberstalking* (Willard, 2007). Dapat disimpulkan bahwa *celebrity worship* yang berlebihan cenderung bersifat fanatik dan dapat berujung pada perilaku *cyberbullying*.

Penelitian ini mengacu pada penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Ibadurrahma (2021) mengenai *celebrity worship* dan *cyberbullying*, pada penelitian ini menghasilkan hubungan positif yang signifikan antara *celebrity worship* dengan perilaku *cyberbullying* terhadap *cyberbullying* pada penggemar K-Pop di instagram. Kemudian penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Eliani, Yuniardi & Masturah (2018) mengenai fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar idola K-Pop, Penelitian ini menghasilkan hubungan positif fanatisme dengan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar idola K-Pop.

Pada penelitian terdahulu menggunakan *platform* instagram sedangkan pada penelitian ini berupaya untuk mengetahui bagaimana pengaruh *celebrity worship* tahap *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological* terhadap *cyberbullying* yang terjadi pada individu di masa dewasa awal yang spesifik kepada pengguna aktif twitter. Karena twitter mengklaim akan memberi pendampingan terkait masalah kebebasan berbicara dan Indonesia menjadi negara dengan jumlah *tweet* terbanyak yang membicarakan K-Pop di twitter pada tahun 2021. Berdasarkan penjelasan dan contoh kasus *cyberbullying* twitter di atas, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian berjudul

“Pengaruh *celebrity worship* terhadap perilaku *cyberbullying* pada dewasa awal penggemar K-Pop di Twitter”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, maka pertanyaan yang muncul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana gambaran *cyberbullying* pada dewasa awal penggemar K-Pop di Twitter?
- b. Bagaimana gambaran *celebrity worship* tahap *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological* pada dewasa awal penggemar K-Pop di Twitter?
- c. Apakah terdapat pengaruh *celebrity worship* tahap *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological* terhadap perilaku *cyberbullying* pada dewasa awal penggemar K-Pop di Twitter?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas yang telah dijabarkan, maka fokus penelitian ini akan dibatasi pada pengaruh *celebrity worship* tahap *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological* terhadap *cyberbullying* yang terjadi pada penggemar K-Pop yang berusia dewasa awal.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang ingin diteliti yaitu “Apakah terdapat pengaruh *celebrity worship* tahap *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological* terhadap perilaku *cyberbullying* pada dewasa awal penggemar K-Pop di Twitter?”

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara *celebrity worship* tahap *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological* terhadap perilaku *cyberbullying* pada dewasa awal penggemar K-Pop di Twitter.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk memperkaya hasil penelitian mengenai pengaruh *celebrity worship* tahap *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological* terhadap perilaku *cyberbullying* serta menjadi referensi untuk penelitian mengenai *cyberbullying* pada penelitian berikutnya.

1.6.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat khususnya bagi dewasa awal untuk mengetahui berbahayanya perilaku *cyberbullying* agar lebih bijak dalam menggunakan sosial media.

