

# HUBUNGAN *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN AGRESI VERBAL PADA PENGGEMAR K-POP PENGGUNA APLIKASI TWITTER

Ananda Yasmin Zahrah

15000119130296

Fakultas Psikologi

Universitas Diponegoro

anandayzahrah@gmail.com

## ABSTRAK

Acap kali Indonesia digemparkan dengan kasus-kasus pertengkaran antara *fandom* yang sebabnya sering kali membuat *netizen* heran dan cukup dangkal. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dengan agresi verbal pada penggemar K-Pop yang menggunakan Twitter. Populasi penelitian ini adalah para penggemar yang memiliki *fandom* dan menggunakan aplikasi Twitter. Sampel penelitian berjumlah 115 subjek (rata – rata usia = 21 tahun) diperoleh dengan metode *convenience sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah CAS (*Celebrity Attitude Scale*) *Short Version* yang dimodifikasi oleh Putri (2019) (jumlah aitem = 21,  $\alpha = 0,91$ ) dan Skala Agresi Verbal yang dibuat oleh Ridwan (2021) (jumlah aitem = 31,  $\alpha = 0,98$ ). Hasil dari uji hipotesis non-parametrik membuktikan bahwa korelasi di antara kedua variabel sebesar 0,76 ( $p > 0,05$ ) dengan angka ( $r = -0,30$ ) yang menunjukkan bahwa kedua variabel tidak memiliki korelasi. Maka, dapat disimpulkan bahwa *celebrity worship* dan agresi verbal tidak memiliki hubungan yang signifikan.

**Kata kunci:** *celebrity worship*, agresi verbal, penggemar K-Pop

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Pada masa pandemi, K-Pop merupakan salah satu *genre* yang disukai oleh para anak muda dengan adanya perintah untuk tetap di rumah (Hanan, 2021). Nyatanya, *fandom* K-Pop Indonesia merupakan salah satu yang terbesar di Twitter (Raditya, 2021 dalam Munica, 2021). Memasuki dunia K-Pop sendiri merupakan dunia yang baru bagi orang yang tidak pernah mengikuti sebelumnya, dengan alasan bahwa Korea memiliki budayanya sendiri dalam music bahkan dalam *Entertainment* secara keseluruhan (Anwar, 2018). Maka, kadang ada perselisihan yang terjadi di antara penggemar baru dengan penggemar yang lebih senior karena hal-hal tertentu, dan dapat dikarenakan juga, para penggemar K-Pop memiliki unsur senioritas yang dicontoh dari budaya Korea sendiri, khususnya budaya idolanya (Anwar, 2020).

Senioritas yang terdapat dalam kehidupan menggemari idola Korea ini sering dianggap sebagai hal yang biasa, atau bahkan harus dibiasakan, karena ada penyerapan makna dari melihat idola yang baru *debut* harus membungkuk dan berbicara dengan bahasa formal terhadap idola yang sudah senior.(Anwar, 2020; Anwar, 2018). Senioritas juga merupakan salah satu pemantik dalam agresi verbal yang bukanlah hal yang jarang ditemui di lingkup penggemar idola Korea, bahkan, dapat ditemukan setiap hari dengan melihat tagar yang sedang

*trending* di Twitter. Selain dari senioritas, para penggemar idola Korea juga melakukan agresi verbal apabila ada yang merendahkan idola mereka, atau sekedar memberikan kritik mengenai musik, fisik, pakaian, atau hal yang lainnya. Mengutip Yusron (2015) bahwa salah satu kelompok penggemar memasang bendera perang dengan kelompok penggemar salah satu artis ibukota karena adanya foto idola mereka dengan penyanyi Indonesia tersebut (Eliani dkk, 2018).

Agresi verbal juga dapat memperkeruh masalah yang sebenarnya sudah ada, seperti apa yang terjadi pada kasus salah satu artis ibukota lainnya yang mengalami serangan verbal dari para penggemar K-Pop karena dianggap merendahkan atau menyinggung kelompok penggemar tersebut (Eliani dkk, 2018; Febriany dkk, 2022; Soejoethi, 2017). Agresi verbal merupakan perilaku yang mengkhawatirkan, karena besarnya kemungkinan untuk memancing pertikaian antara dua pihak, dan juga dampaknya yang sangat serius bagi kedua pihak, karena niat awal dari agresi verbal sendiri adalah untuk merusak atau menjatuhkan orang lain, secara fisik maupun mental (Hadad & Winata, 2021; Nikmah dkk, 2020; Rosalinda & Satwika, 2019). Ketika agresi verbal dilibatkan dalam kehidupan penggemar K-Pop, dapat dikaitkan dengan hal-hal yang sudah dijelaskan pada paragraf sebelumnya, yaitu *fanwar*, atau dapat berbentuk penyebaran rumor dan juga dalam bentuk sarkasme tidak berdasar (Febriany dkk, 2022). Rumor-rumor dan sarkasme yang tidak berdasar tersebut dapat mengubah citra dari artis tersebut, maupun citra sebagai idola yang sering kali diagung-agungkan, maupun citranya sebagai personal yang mulia. Contohnya

pada kasus Safa Space yang ramai di tahun 2022 silam, bahwa Safa sebagai pemantik dari permasalahan, dengan merendahkan idola dengan nama Na Jaemin dan Huang Renjun, lalu memancing amarah penggemar kedua idola tersebut, yang akhirnya menyelesaikan permasalahan ini dengan fitur Twitter yaitu *Spaces*. Dalam *space* tersebut, ada salah satu akun dengan user name @Berflowerr yang menuntut bahwa kasus yang Safa lakukan akan di bawa ke jalur hukum dan juga pengancaman bahwa orang tua Safa yang merupakan anggota abdi negara akan dicopot dan dipindahtugaskan oleh pemilik akun @Berflowerr karena ayah dan keluarga memiliki latar belakang yang sama (Izzati, 2022; Nareswari, 2022).

Ketika citra diri idola direndahkan oleh orang lain, penggemar juga dapat merasakah dirinya juga turut direndahkan, bahkan kritik tersebut dapat memunculkan amarah yang sangat dalam. Hal ini sering dikaitkan dengan istilah *celebrity worship*. Yaitu ketika seorang penggemar memuja idolanya secara berlebihan (Munica, 2021). Hal ini dapat disebabkan oleh sesi-sesi siaran langsung yang dilakukan oleh idola Korea secara *private*, mengikuti cara *video call*, sehingga dapat menimbulkan rasa akrab antara penggemar dengan idolanya, karena menimbulkan rasa aman secara emosional, adanya keuntungan dua arah yang muncul di persepsi penggemar, dan kepemilikan (Guo dkk, 2021). *Celebrity worship* juga dapat disebabkan karena *fanservice*, atau strategi untuk mengeratkan hubungan antara idola dengan penggemarnya, dan untuk melanggengkan komunitas tersebut (Farsiah, 2019). Karena kedekatan yang dirasakan oleh penggemar atas idolanya, maka penggemarnya tidak jarang

merasakan seolah-olah berada di sepatu idolanya, merasa tersinggung atas idolanya, merasa marah karena kritik atau candaan yang ditujukan atas idolanya, padahal, idolanya pun belum tentu merasakan hal yang sama dengan penggemarnya, namun pada berapa kesempatan, kelompok penggemarnya yang mendikte perasaan yang seolah-olah dimiliki oleh idolanya.

Alasan di atas mungkin dapat menjelaskan bagaimana di Twitter, hampir setiap harinya ada tagar yang *trending* terkait dengan idola Korea, dapat terkait dengan pertukaran perkataan yang kurang baik antara penggemar, mengenai penggemar yang menarik kesimpulan bahwa idolanya tertindas oleh idola lain atau agensi yang menaunginya, dapat juga mengenai ketidakadilan yang diberikan oleh pihak lain atas idolanya. Hal ini sebenarnya dapat bermanfaat apabila ada perilaku merugikan yang melewati batas terjadi pada idolanya dan mendapatkan keadilan atas hal tersebut, namun kadang, hal itu hanyalah perasaan penggemar yang seolah-olah dapat menebak dan mengatur perasaan idolanya.

Tidak hanya tagar, dengan adanya fitur *reply* dan juga utas mengenai pendapat suatu idola tertentu memancing pertikaian antara penggemar, dan hal tersebut tidak hanya terjadi sekali, biasanya hanya untuk berpendapat mengenai lagu atau prestasi yang dimiliki oleh idola yang dimaksudkan, namun banyaknya *internet trolls*, yaitu orang-orang yang secara anonim menyebarkan informasi yang tidak benar, dan/atau memancing keributan dengan atau tanpa tujuan yang jelas (Monakhov, 2020) yang beredar di internet sering menimbulkan keributan dengan memberi kata-kata yang melecehkan idola tersebut, secara seksual

ataupun tidak, yang akhirnya mendapatkan balasan yang tidak baik pula, sehingga di antara kelompok penggemar tersebut saling melakukan agresi verbal kepada satu sama lain (Eliani dkk, 2018; Febriany dkk, 2022; Langi & Wakas, 2020).

Mengapa peneliti memilih kedua variabel ini untuk dijadikan topik penelitian adalah dengan terlalu wajarnya pertengkaran di antara kelompok penggemar yang ada di Media Sosial Twitter, padahal agresi verbal yang terlibat dalam pertengkaran tersebut memiliki dampak yang sangat serius kepada kedua belah pihak, dan juga *celebrity worship* pula yang merupakan perilaku yang tidak sehat untuk diikuti. Alasan lainnya adalah, belum adanya penelitian yang meneliti hubungan di antara *celebrity worship* dengan agresi verbal, walaupun banyak referensi telah secara implisit menyinggung hubungan di antara kedua variabel tersebut.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Apakah terdapat hubungan dari *celebrity worship* dengan agresi verbal kepada penggemar K-Pop yang menggunakan media sosial Twitter?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris hubungan *celebrity worship* dengan agresi verbal pada penggemar K-Pop yang menggunakan aplikasi Media Sosial Twitter.

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat dari penelitian yang dilakukan atas penggemar idola Korea ini adalah:

##### 1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan informasi tentang hubungan *celebrity worship* dengan agresi verbal, dan sebagai salah satu pengembangan dalam bidang ilmu Psikologi Sosial dan Psikologi Klinis.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Subjek Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait dengan hubungan antara *celebrity worship* dan agresi verbal yang merupakan fenomena yang kerap terjadi pada penggemar K-Pop di media sosial Twitter.

###### b. Komunitas penggemar K-Pop

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat digunakan dalam mendukung sikap yang lebih baik sebagai penggemar.

###### c. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk penelitian *celebrity worship* maupun agresi verbal di masa depan, terkait dengan hubungan antara kedua variabel tersebut dengan adanya

pembaharuan sehingga *celebrity worship* maupun agresi verbal semakin berkembang.