

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hallyu atau yang lebih dikenal dengan sebutan gelombang korea (*Korean wave*) merupakan salah satu budaya asing yang telah masuk dan berkembang di Indonesia, salah satunya musik pop Korea (Egsaugm, 2020). Mereka menciptakan musik yang dipadukan dengan tarian khas, yang dikenal sebagai *dance choreography* semua itu dikemas dalam sebuah album yang berisi CD/DVD, *photocard* dari setiap anggota grup, serta buku yang memuat kumpulan foto para penyanyi atau anggota grup kemudian untuk mempromosikan album tersebut, agensi memanfaatkan internet melalui situs web resmi mereka (Kaharidono & Anggaini, 2022).

Penyebaran musik K-Pop di berbagai dunia telah melahirkan banyak penggemar K-Pop dengan jumlah yang tidak sedikit termasuk di Indonesia. Berdasarkan data dari 20 negara yang tercatat di Twitter, Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara dengan jumlah twit tentang K-Pop terbanyak sepanjang tahun 2020 (Reditya, 2021). Salah satu grup K-Pop yang memiliki banyak penggemar di Indonesia adalah NewJeans. NewJeans merupakan *girlband* K-Pop yang dibentuk oleh anak perusahaan HYBE yaitu ADOR pada tahun 2022 NEWJEANS juga mengumumkan bahwa nama untuk penggemar mereka adalah BUNNIES, akan tetapi pada akhir maret 2025 NewJeans memutuskan untuk hiatus sementara waktu dikarenakan perseteruan mereka dengan perusahaan yang menaungi mereka yaitu ADOR (Tempo, 2025).

Fandom adalah sekumpulan penggemar atau komunitas yang memberikan dukungan kepada artisnya dan dapat berperan berperan membantu kesuksesan artis tersebut melalui berbagai bentuk kontribusi (Kang, dkk 2019). Penggemar K-Pop melakukan berbagai aktivitas seperti mencari dan membagikan informasi tentang idola di berbagai situs dan media sosial, mengunduh lagu, menghadiri konser, ikut serta dalam voting, membeli album, serta melakukan kegiatan beragam lainnya (Irmanto & Tjiptono, 2016).

Namun, di samping aktivitas positif para penggemar, terdapat pula fenomena *fanwar*, yaitu konflik atau saling serang antar penggemar atau antar fandom, tindakan saling menyerang tersebut mencerminkan munculnya perilaku agresif terutama dalam bentuk agresif verbal yang dilakukan oleh penggemar (Tirtawijaya, 2022).

Agresif verbal pada penggemar K-pop biasanya muncul terjadi karena suatu kejadian yang bisa disebut “*fanwar*”, *Fanwar* pada penggemar K-pop merujuk ke jenis konflik antar kelompok penggemar yang berusaha melindungi idola mereka dari serangan, *fanwar* dapat terjadi karena berbagai alasan seperti perbedaan pendapat antara pembenci dengan pengagum dan tindakan menghujat idola (Agnesia, 2018). Ketegangan antar fandom baik itu penggemar dari NEWJEANS maupun penggemar dari grup lain muncul saat NEWJEANS menyebutkan grup LE SSERAFIM dan grup ILLIT masuk ke dalam konflik yang sedang terjadi antara NEWJEANS dengan ADOR, penggemar NEWJEANS mengirimkan LED truk ke perusahaan HYBE sebagai bentuk protes sekaligus menyerang akun resmi LE SSERAFIM di kolom komentar (Harian Terbit, 2024).

Sebaliknya, para penggemar grup K-Pop LE SSERAFIM dan ILLIT menyerang balik dengan mengirimkan truk LED ke gedung perusahaan sebagai bentuk protes atas penolakan terhadap kembalinya NEWJEANS di tengah isu internal yang masih memanas, penggemar menuntut perlindungan lebih kuat bagi grup mereka dari serangan online yang diterima (Selebritalk, 2025).

Gambar 1.1 Contoh Interaksi Antar penggemar



Seperti contoh diatas saat salah satu penggemar grup memberikan komentar terhadap grup K-pop dan disaat itu juga penggemar membalas komentar tersebut karena tidak terima terhadap komentar yang diberikan. Agresif verbal merujuk pada aktivitas yang menggunakan kata-kata sebagai serangannya bukan dari serangan fisik untuk mengintimidasi seseorang seperti penghinaan, pencemaran nama baik atau ancaman contohnya pada kalimat diatas adalah “ohh jadi fansnya celana rombongan nih yang nyinyir ke ssera sama illit”, “ yg nyinyir siapa blok, bunnies mah cuma ngembaliin sifat buruk fans hybe stan yang julitin nj, makanya kalo gamau diserang jangan nyerang duluan”, tindakan saling menjatuhkan ini dilakukan untuk menunjukkan kekuatan terutama untuk melindungi idolanya akibatnya penggemar akan mengumpulkan penggemar lain

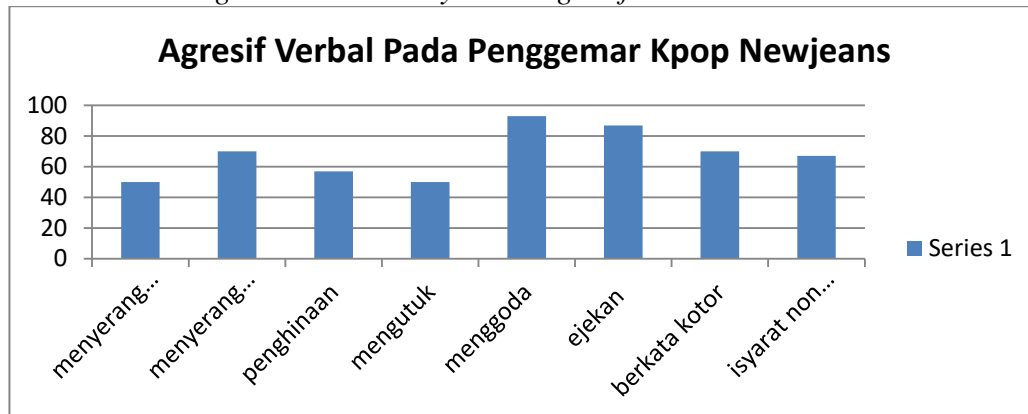
untuk mendapatkan dukungan, adu argumen atau *fanwar* sering menimbulkan respon dan komentar negatif sehingga menimbulkan perilaku agresi verbal di media sosial (Lestriani, 2018).

Menurut Dean Hample (Fajar, 2020) agresif verbal menjadi isu yang penting karena kerap sekali muncul dalam dunia maya atau sosial media, bentuk komunikasi ini sering dimanfaatkan untuk menyerang kehormatan serta identitas pribadi orang lain. Penggemar K-pop sering kali berinteraksi dengan sesama penggemar grup ataupun antar penggemar grup baik itu di dunia nyata maupun dunia maya, media sosial adalah salah satu *platform* yang paling banyak mereka gunakan sebagai bentuk interaksi antar penggemar dari penjuru dunia selain itu media sosial juga paling banyak yang memunculkan sikap agresi akibat dari aktivitas interaksi antar penggemar (Nurpratami dkk, 2022). Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti berfokus pada agresif verbal yang dilakukan di dunia maya.

Banyak faktor yang dapat memicu perilaku agresi verbal pada seseorang, salah satunya adalah sikap mengidolakan selebriti secara berlebihan (*Celebrity worship*) ketika penggemar terlalu mengagumi idolanya, hal ini bisa berkembang menjadi sikap fanatik yang membuat mereka tidak bisa menerima jika idolanya mendapat kritik atau hinaan. Fenomena pengidolaan berlebihan ini, khususnya terhadap selebriti K-Pop sering kali terjadinya agresi verbal di media sosial seperti konflik antar penggemar (Winanda, 2025). *Celebrity worship* ini dapat diartikan sebagai jenis perilaku obsesif yang ditunjukkan kepada sekelompok maupun individu pada selebriti (Maltby et al, 2003).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan peneliti pada tanggal 24 januari sampai dengan 26 januari 2025 terhadap 30 responden penggemar K-Pop adalah sebagai berikut:

Gambar 1.2 *Diagram Hasil Survey Awal Agresif verbal*

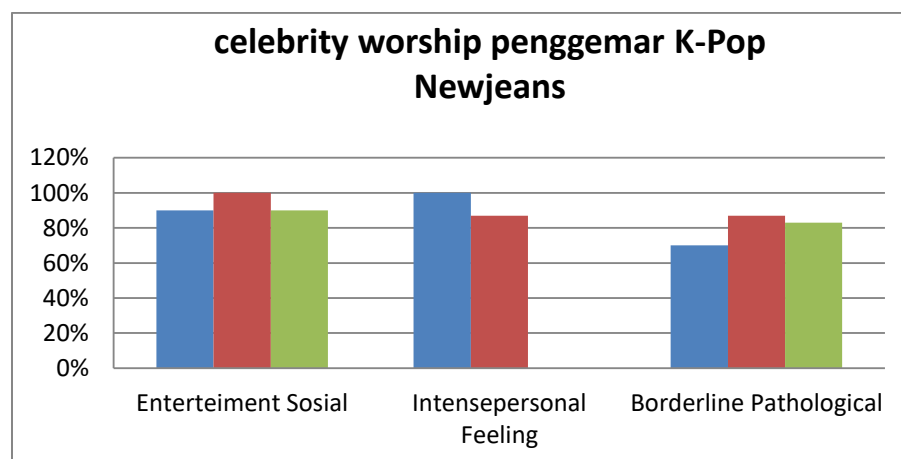


Berdasarkan hasil survey awal yang telah dilakukan oleh peneliti pada 30 subjek penggemar NEWJEANS ditemukan masalah pada penggemar K-Pop NEWJEANS. Pada aspek pertama yaitu menyerang karakter, didapatkan hasil bahwa 50% penggemar K-Pop NEWJEANS balas dendam dengan cara menyerang idola lain karena mereka tidak suka jika idolanya diserang. Pada aspek kedua yaitu menyerang kompetensi, didapatkan hasil 71% penggemar K-Pop NEWJEANS jika ada yang meremehkan kemampuan idolanya dalam bernyanyi dan menari, penggemar K-Pop cenderung membalas dengan melakukan hal yang sama yaitu mencari celah untuk menyerang kemampuan idola lain, mereka tidak terima jika idola mereka mendapatkan fitnah yang tidak jelas. Pada aspek ketiga yaitu penghinaan. Didapatkan hasil 57% penggemmar K-Pop NEWJEANS menghina idola lain sebagai bentuk balas dendam karena sudah menghina idolanya terlebih dahulu dan ada pula yang dengan sengaja menghina sebagai bentuk kebencian terhadap si idola karena mereka menganggap grup idola

tersebut banyak terkena skandal. Pada aspek keempat yaitu mengutuk, didapatkan hasil 50% penggemar K-Pop NEWJEANS ikut memberikan sumpah serapahnya ke idola lain dengan alasan penggemar mereka yang terlebih dahulu memulai, dan aksi mereka memberikan sumpah serapah itu sebagai bentuk membela idola mereka.

Fenomena agresi verbal di media sosial sering sekali ditemukan dalam berbagai komunitas penggemar mulai dari pecinta film, buku, klub sepak bola hingga penggemar selebriti perilaku ini juga sering sekali terjadi di kalangan penggemar K-Pop, dalam komunitas ini agresi verbal umumnya muncul dalam bentuk *fanwar* serta penyebaran rumor dan sarkasme yang tidak berdasar (Febriany dkk., 2022). Hasil penelitian Nabelliasari dan Widyastuti (2023) menyatakan adanya keterkaitan positif antara *celebrity worship* dengan *cyber aggression*, yang berarti jika nilai *celebrity worship* tinggi, maka perilaku *cyber aggression* pada penggemar K-Pop juga akan tinggi.

Gambar 1.3 Hasil Survey Awal Celebrity Worship



Berdasarkan hasil survey awal yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 subjek penggemar K-Pop NEWJEANS terdapat masalah yang ditemukan. Pada

aspek pertama yaitu *enterteiment social*, didapatkan hasil 90% penggemar K-Pop NEWJEANS langsung mengecek ponsel ketika idolanya membuat postingan, penggemar berasal agar tidak ketinggalan informasi mengenai postingan idolanya dan ingin tahu apa yang dibagikan oleh idolanya, 100% penggemar K-Pop NEWJEANS suka berkomunikasi dengan penggemar lain karena mendapatkan teman baru yang memiliki hobi yang sama dan bertukar informasi mengenai idolanya, 90% penggemar K-Pop NEWJEANS aktif mengikuti kegiatan idolanya di media sosial. Pada aspek kedua *intense personal feeling*, didapatkan hasil 100% penggemar K-Pop NEWJEANS senang jika idolanya menang dalam suatu acara penghargaan karena mereka sebagai penggemar ikut membantu dalam pencapaiannya tersebut dan merasa sedih jika idola tidak mendapatkan apa yang seharusnya mereka dapatkan, 87% penggemar K-Pop NEWJEANS mengikuti cara berpakaian idolanya karena dengan seperti itu mereka memiliki hubungan layaknya pasangan *couple* dan juga penggemar mengikuti gaya berpakaian idola agar tidak ketinggalan zaman sebab idola dianggap seperti panutan dalam dunia fashion.

Pada aspek ketiga *borderline pathological*, didapatkan hasil bahwa 70% penggemar K-Pop akan patah hati dan tersakiti jika idolanya berkencan hal ini karena idola adalah pasangan mereka juga selain itu penggemar seperti diselingkuhi jika mengetahui ada berita kencan tersebut, penggemar juga mengharapkan idola harus fokus dengan karirnya tanpa ada hubungan asmara penggemar juga beralasan idola akan menjadi milik fans selamanya, 87% penggemar K-Pop sering meninggalkan komentar di akun khusus interaksi antara

penggemar dengan idolanya, hal ini dikarenakan penggemar ingin idolanya tahu bahwa dia ada di dunia ini dan penggemar berharap dengan cara seperti itu dapat lebih dekat dengan idolanya, 83% penggemar K-Pop NEWJEANS senang membeli barang yang sesuai dengan kriteria idolanya seperti album, *merchandise*, *lightstick* dan nonton konser dalam hal ini penggemar beralasan dengan seperti nonton konser dapat bertemu langsung tatap muka dengan idola kesayangannya, dan jika menang dalam suatu acara dapat berkomunikasi langsung dengan idola, penggemar memberikan tanggapan bahwa dengan cara seperti itu juga merupakan bentuk dukungan kepada idola, mereka akan mengeluarkan duit dengan jumlah besar sebagai identitas penggemar.

Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Panggabean & Wulandari (2024) mengungkapkan bahwa *celebrity worship* memiliki dampak langsung terhadap peningkatan agresivitas di kalangan penggemar K-Pop meskipun mengidolakan selebriti dapat menjadi sumber kepuasan dan hiburan, perilaku agresif dapat muncul ketika penggemar mengidolakan sosok tersebut secara berlebihan, hal ini dapat memicu obsesi yang pada akhirnya berpotensi membentuk atau memicu perilaku irasional, seperti agresi verbal di media sosial. Pentingnya mengelola emosi antar individu untuk mencegah konflik nyata maupun virtual yang muncul akibat keinginan berlebihan untuk idola mereka budaya K-Pop memiliki potensi dampak positif pada termasuk meningkat rasa kebersamaan dan rasa memiliki, serta memberikan peluang untuk ekspresi diri dan kreativitas, akan tetapi hal ini juga dapat memberikan dampak negatif berupa keterlibatan emosional yang intens yang dapat memicu agresi, konflik antar

penggemar, potensi masalah kesehatan mental akibat *celebrity worship* yang berlebihan (Ummu Affifah dkk, 2024).

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti ingin meneliti tentang hubungan *celebrity worship* dengan perilaku agresif verbal pada fans K-Pop, yang mana penggemar K-Pop banyak mencintai idolanya secara berlebihan dan membela idolanya sampai berbuat anarkis dan memberikan kata-kata kasar di media sosial. Dalam hal ini maka peneliti ingin melihat apakah terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan perilaku agresif verbal pada fans K-Pop.

1.2 Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini dikaitkan dengan beberapa penelitian terdahulu yang membahas hubungan antara *celebrity worship* dengan perilaku agresif verbal, maupun salah satu variabel yang diteliti. Penelitian yang dilakukan oleh Lussy Mahardika, dkk (2023) mengenai Agresi Verbal pada Remaja Penggemar K-Pop NCT: Adakah hubungan dengan *Celebrity Worship* dan *Psychological Well-being*?. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis data kuantitatif yang didasarkan pada pendekatan positivistik dan sampel sebanyak 136 penggemar K-Pop yang termasuk dalam anggota “*Neo City Area*” Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan antara pemujaan selebriti (*Celebrity worship*) dan kesejahteraan psikologis (*psychological well-being*) dengan agresi verbal pada remaja penggemar K-pop NCT. Jika semakin tinggi tingkat pemujaan selebriti dan semakin rendah kesejahteraan psikologis, semakin tinggi juga tingkat agresi verbal pada remaja penggemar k-pop NCT. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini, terdapat perbedaan

mengenai subjek. Subjek dari penelitian Lussy dkk adalah penggemar K-Pop khusus NCT sedangkan yang dipakai oleh peneliti saat ini adalah penggemar khusus NewJeans. Penelitian sebelumnya menggunakan teori dari Buss & Perry sedangkan penelitian ini menggunakan teori dari (Infante & Wigley, 1986). Responden pada penelitian sebelumnya memiliki kriteria remaja usia 15-19 tahun sedangkan peneliti saat ini tidak memiliki batas usia.

Penelitian yang dilakukan oleh Dara Citra Malasya Fitri & Bayu Sekar Larasati (2023) mengenai Hubungan *emotional attachment* dengan *Celebrity Worship* pada Dewasa Awal Penggemar NCT (*Neo Culture Technology*). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian berbasis angka atau kuantitatif dan sampel yang melibatkan 280 subjek penggemar NCT dewasa awal. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara keterikatan emosional dengan pemujaan selebriti kalangan penggemar NCT pada dewasa awal. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan saat ini adalah terdapat di subjek penelitian, dimana peneliti sebelumnya hanya mengambil subjek secara khusus NCT dengan batas usia dewasa awal sedangkan peneliti saat ini tidak menggunakan batas usia dan grup K-Pop yang diambil adalah penggemar dari grup NewJeans. Salah satu variabel yang dipakai peneliti saat ini berbeda dengan penelitian sebelum yaitu *emotional attachment* sedangkan peneliti saat ini menggunakan variabel agresif verbal.

Penelitian yang dilakukan oleh Moh Fajar Dian Ilhami., dkk (2023) mengenai Hubungan Antara Fanatisme dengan Agresif Verbal di Media Sosial Media Supoter Persebaya Surabaya. Metode penelitian dalam penelitian ini

menggunakan kuantitatif, adapun sampel dalam penelitian ini adalah supporter sepak bola persebaya Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan apabila individu atau suporter memiliki fanatisme yang tinggi terhadap klub persebaya, maka akan cenderung melakukan agresi verbal di media sosial, mengenai peranan fanatisme pada supporter sepak bola pada klub persebaya Surabaya yang secara tidak langsung berkontribusi pada perilaku agresi verbal di media sosial dengan rasa antusias, cinta dan keterikatan emosi berlebihan yang dimiliki individu yang fanatis menjadikan pemikiran bahwa hal yang mereka yakini merupakan hal yang paling benar. Penelitian sebelumnya berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini merujuk kepada penggemar k-pop sedangkan penelitian terdahulu merujuk pada penggemar sepak bola persebaya Surabaya. Adapun teori yang digunakan oleh peneliti terdahulu dalam agresi verbal adalah teori milik Buss & Perry sedangkan peneliti saat ini menggunakan teori infante.

Penelitian yang dilakukan oleh Yasser, dkk (2023) mengenai Hubungan Antara Fanatisme Terhadap Tindakan Agresi Verbal *Fandom* K-pop di Twitter. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dengan pendekatan korelasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 138 *fandom* K-Pop di twitter. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hubungan yang positif antara variabel fanatisme dengan variabel agresi verbal bahwa tingkat fanatisme yang tinggi akan menunjukkan tingkat agresi verbal yang tinggi juga, dapat diketahui juga terdapat hubungan positif antara variabel fanatisme dengan variabel agresi verbal pada penggemar K-Pop di twitter semakin tinggi rasa fanatisme yang

dimiliki penggemar maka semakin tinggi juga agresi verbal yang dilakukan, sebaliknya semakin rendah fanatisme yang dimiliki penggemar maka akan semakin rendah pula agresi verbal yang dilakukannya. Oleh karena itu fanatisme menjadi faktor pendukung yang sangat penting dalam tindakan agresi verbal, sikap dan tindakan ini akan menjadi berkembang jika didukung oleh orang disekitar. Penelitian sebelumnya berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu berfokus pada media twitter saja, sedangkan peneliti saat ini meluas melalui berbagai media seperti instagram, tiktok, whatsapp, telegram. Terdapat juga salah satu variabel yang berbeda diantara keduanya, penelitian terdahulu memakai variabel fanatisme sedangkan peneliti saat ini memakai variabel *celebrity worship*.

Penelitian yang dilakukan oleh Shinta Tri Dewi & Dewi Retno Suminar (2022), mengenai *Adult Attachment Style* dan *Celebrity Worship* Pada Wanita Dewasa Awal Penggemar Drama Korea. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 183 responden dengan usia 18-25 tahun. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada bagian kelekatan cemas atau *anxiety-ambivalent attachment* wanita dewasa awal penggemar drama Korea memiliki hubungan dengan pemujaan kepada selebriti atau *celebrity worship*. Hubungan ini bersifat positif yang artinya semakin tinggi kelekatan cemas maka akan semakin tinggi pula tingkat *celebrity worship* dan sebaliknya. Akan tetapi, kelekatan menghindar atau *avoidant attachment* tidak memiliki hubungan dengan *celebrity worship*. Ada kemungkinan ikatan parasosial yang dibentuk oleh beberapa individu dengan

tokoh media hanya mencerminkan manifestasi dari keinginan mereka untuk keintiman, bahkan jika keintiman ini dengan karakter TV. Sejalan dengan itu, ada kemungkinan bahwa individu dengan *anxiety-ambivalent* beralih ke karakter TV yang relative stabil sebagai sarana untuk memuaskan kebutuhan relasional mereka yang tidak terealisasi dan seringkali tidak terpenuhi. Penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini, subjek pada penelitian sebelumnya adalah para penggemar drama korea, sedangkan subjek yang akan diteliti oleh peneliti saat ini adalah penggemar Korean pop (K-pop). Terdapat juga perbedaan pada salah satu variabel yang digunakan kedua peneliti, peneliti terdahulu menggunakan variabel *adult attachment*, sedangkan peneliti saat ini menggunakan variabel agresif verbal.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah berdasarkan pada latar belakang di atas adalah “Apakah terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan perilaku agresif verbal pada anggota komunitas fans K-Pop NewJeans?”

1.4 Tujuan Masalah

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara *celebrity worship* dengan perilaku agresif verbal pada anggota komunitas fans K-Pop NewJeans.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam beberapa hal yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memperkaya ilmu pengetahuan,

dan perkembangan ilmu psikologi khususnya di bidang ilmu psikologi sosial, psikologi komunitas, psikologi klinis. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terkait hubungan *celebrity worship* dengan perilaku agresif verbal pada penggemar K-Pop NEWJEANS.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu penggemar K-Pop dalam mencegah dan meminimalkan dampak dari *celebrity worship* dengan tidak berlebihan dalam mengagumi idolanya, mengetahui hal-hal apa saja yang dapat menyebabkan perilaku agresif verbal pada penggemar K-Pop NEWJEANS.