

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Budaya Korea saat ini sedang mengalami gelombang pengaruh yang mendalam di masyarakat global, tidak hanya pada selera musik saja namun juga memengaruhi gaya berpenampilan, trend *fashion*, kuliner, dan aspek kehidupan sehari-hari lainnya secara signifikan. Budaya Korea saat ini sedang menunjukkan eksistensi dan pengaruhnya di dunia Internasional, Menurut Chua (2017) Kpop telah menjadi fenomena global yang mempengaruhi tidak hanya di Asia tetapi juga dibelahan dunia lainnya, termasuk Eropa dan Amerika. Musik pop Korea atau lebih dikenal dengan Kpop mengambil bagian terbesar dalam hal ini. Kpop identik dengan *boyband* dan *girlband* yang merupakan sekumpulan perempuan ataupun laki-laki yang berada di bawah suatu manajemen. Kegemaran pada industri Korea sebenarnya telah populer sejak 2009 dengan bermunculan drama Korea saat itu bersamaan dengan industri hiburan Korea lainnya seperti musik yang dibawakan oleh penyanyi yang mempunyai visual serta suara yang menarik. Popularitas Kpop tidak hanya didorong oleh musiknya tetapi juga oleh etika visual yang unik dan gaya penampilan yang trendi yang mencerminkan bagaimana Korea telah berhasil membangun citra global melalui industri hiburan yang signifikan (Jin & Ryoo, 2014). Perkembangan yang signifikan secara jelas ditunjukkan oleh industri Korea sejak tahun 2000-an di mana terdapat beberapa generasi yang membuka peluang bagi industri musik Korea untuk mendunia.

Pertumbuhan dramatis dalam ekspor konten Korea menyebabkan negara yang dikenal sebagai negeri ginseng ini sebagai pusat produksi dan ekspor hiburan yang sangat penting untuk tingkat global (Shim, 2016). Generasi pertama Kpop pada mulanya melakukan promosi pada tahun 90-an hingga awal tahun 2000-an dengan grup ternama seperti H.O.T, S.E.S, Sechs Kies, dan Shinwa yang menjadi pionir dalam industri musik Korea. Memasuki generasi kedua antara tahun 2003 hingga 2011, musik Kpop semakin mendunia dengan munculnya grup seperti

TVXQ, Super Junior, Wonder Girls, Girls Generation, BigBang, dan 2NE1 yang memperluas jangkauan musik mereka ke pasar internasional. Munculnya grup generasi kedua ini menarik lebih banyak minat penggemar global. Kemunculan generasi ketiga yang berlangsung dari 2012 hingga 2016 semakin menarik penggemar internasional terutama Indonesia untuk mendengar dan mendukung musik-musik yang dibawakan oleh grup Kpop. Munculnya grup pada generasi ini membawa transisi dalam industri Kpop, grup seperti EXO, AoA, Exid mengawali generasi ketiga yang dilanjutkan dengan kemunculan grup ternama lainnya seperti BTS, GOT7, Red Velvet, Twice, Blackpink, NCT, dan Seventeen semakin membawa kepopularitasan yang besar bagi musik Korea pada periode ini. Grup EXO seringkali dianggap sebagai penanda antara generasi kedua dan ketiga karena kemunculan grup tersebut di tahun 2012. Berlanjut di tahun 2017 terlahirlah generasi baru, yaitu generasi keempat Kpop dengan munculnya Stray Kids, Itzy, The Boyz, G-IIDLE, AESPA, New Jeans, IZONE, dan TXT yang membawa warna baru serta karakteristik dari ciri khasnya sendiri yang mencuri perhatian penggemar internasional. Melalui pengaruh yang dibangun oleh industri Korea dari beberapa generasi, mereka menunjukkan keberhasilan dalam menempatkan musik Kpop sebagai salah satu bagian dari yang terdepan di global saat ini sehingga dapat menarik minat yang jauh lebih besar dari para penggemar diberbagai belahan dunia (Jin & Ryoo, 2014).

Perkembangan industri Kpop yang semakin membesar tentu diiringi dengan fenomena fandom yang turut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dan menjadi pengaruh yang penting. Fandom Kpop merupakan kelompok penggemar yang sangat berdedikasi dan setia terhadap artis atau grup tertentu. Fandom seringkali memiliki nama khusus untuk menjadi identitas yang kuat seperti ARMY atau singkatan dari *Adorable Representative MC for Youth* merupakan nama penggemar dari BTS, Blink nama dari penggemar Blackpink, atau ada Exo-L nama dari penggemar EXO. Fandom Kpop tentu memiliki peran yang penting bagi grup Kpop, peran mereka bukan hanya sebatas mendukung idola favorit mereka dengan mendengarkan musik atau menonton musik video di Youtube saja, namun juga

turut berkontribusi dalam pembelian album, pembelian tiket konser, serta turut berperan aktif dalam kegiatan promosi sebagai bentuk dukungan bagi sang idola. Para penggemar seringkali mengorganisir proyek-proyek besar seperti melakukan penggalangan dana untuk amal, membuat kampanye di media sosial, atau juga berupaya untuk membawa idola favorit mereka ke tangga lagu internasional dengan beramai-ramai melakukan *streaming* ataupun *voting online*. Dalam penjelasan yang dipaparkan oleh Jenkins (2006) Kumpulan penggemar atau fandom menyediakan ruang bagi sang idola untuk mengembangkan keterampilan, mengartikulasikan ide, dan membangun komunitas.

Fandom Kpop menunjukkan kekuatan mereka dalam berbagai acara besar seperti acara penghargaan musik baik secara global maupun lokal. Para penggemar, sering melakukan kerjasama untuk memastikan idola favorit mereka akan mendapatkan kemenangan dan pengakuan yang layak melalui pemungutan suara melalui kampanye dukungan di media sosial. Tidak hanya itu, fandom Kpop dikenal dengan loyalitas dan solidaritas yang tinggi, untuk mempererat jalinan satu sama lain, mereka akan membentuk komunitas baik secara *online* maupun *offline*. Hal ini dilakukan untuk memudahkan anggota penggemar saling berbagi informasi terbaru, berinteraksi, dan saling mendukung idola mereka dengan mudah. Dengan berkembangnya teknologi, adanya media sosial dan platform digital lainnya mempermudah fandom dalam memperkuat ikatan satu sama lain dan tidak adanya batasan dalam berinteraksi. Era digital yang semakin maju mengubah cara fandom untuk berinteraksi serta meningkatkan konektivitas dalam interaksi global yang sebelumnya sulit untuk dilakukan (Kim, 2021). Fandom yang kuat tidak hanya berpengaruh pada popularitas dan kesuksesan grup tersebut namun turut memberikan dampak ekonomi yang signifikan melalui pembelian *merchandise*, album, dan tiket konser. Fandom Kpop tentu memainkan peran yang sangat penting bagi kesuksesan global idola mereka dengan bertindak sebagai promotor dan konsumen bagi grup tersebut (Lee, 2019).

Namun dibalik loyalitas dan dedikasi dari sekumpulan penggemar, akan timbul sikap fanatisme yang berlebihan sehingga dapat merugikan beberapa pihak.

Loyalitas muncul atas dasar kegemaran seseorang terhadap idolanya. Kegemaran seorang penggemar rupanya sering menimbulkan dampak negatif maupun positif. Kesukaan mereka terhadap sang idola tanpa sadar menjadi sebuah obsesi yang berlebihan. Obsesi mereka inilah kerap kali dinilai oleh masyarakat yang bukan penggemar *Kpop* sebagai tindak fanatisme. Fanatisme ini dapat memunculkan perilaku yang tidak sehat seperti mulai timbul rasa obsesi, *stalking*, ataupun perilaku agresif yang tentu akan sangat merugikan bagi sang idola. Berangkat dari penjelasan Duffet (2013), fanatisme akan menyebabkan menghilangkan batasan pribadi antara penggemar dengan idola serta meningkatkan rasa kekaguman dari suatu objek pada level yang tidak sehat. Fanatisme yang terlalu berlebihan menimbulkan dampak negatif baik bagi penggemar itu sendiri maupun bagi fandom dari grup lainnya. Kekuatan fandom *Kpop* yang besar seringkali dimanfaatkan untuk tujuan yang tidak selalu positif. Memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mendukung sang idola dapat dijadikan wadah bagi penggemar untuk menyerang pihak-pihak yang dianggap mengancam idola favorit mereka sehingga akan menimbulkan lingkungan *online* yang tidak sehat dan cenderung *toxic* karena konflik yang terus menerus muncul. Dalam penjelasan Lee (2019), perilaku fandom yang ekstrim dapat meningkat menjadi pelecehan dan *cyberbullying* yang membuat lingkungan antar penggemar maupun non-penggemar menjadi tidak bersahabat.

Sikap fanatisme yang berlebihan dapat memunculkan perilaku ekstrim yang sudah sangat mengganggu. Para penggemar yang sangat terobsesi dengan idolanya akan selalu ingin mendengar kabar dari sang idola sehingga mereka akan dengan nekat mencari tahu keseharian sang idola dengan cara yang tidak wajar. Kontrol diri oleh para penggemar yang sebagian para remaja membuat rasa kekaguman yang luar biasa terhadap sang idola menjadi sangat ditekankan (Tartila, 2014). Rasa kekaguman atau obsesi ini membentuk para penggemar menjadi seorang penguntit atau lebih dikenal sebagai “sasaeng fans”. Istilah ini diberikan kepada penggemar yang menunjukkan perilaku obsesi terhadap kehidupan pribadi dari para idola. Sasaeng fans kerap melakukan tindakan yang melanggar privasi dan melewati batasan pribadi sang idola. Mereka akan menguntit dan menghubungi nomor

telepon sang idola secara berulang kali. Lebih parahnya, mereka akan menemukan alamat tempat tinggal idolanya dan memasuki hunian pribadi sang idola tanpa izin. Seperti apa yang dialami oleh BTS yang memiliki tingkat sasaeng yang sangat tinggi. Pada 2019 lalu, para penggemar BTS di media sosial dikejutkan dengan aksi seorang wanita yang diduga seorang sasaeng saat para anggota BTS tengah melakukan siaran live di aplikasi V LIVE saat itu. Dikutip dari laman berita Tribunnews.com, salah satu member BTS J-Hope tengah melakukan siaran langsung untuk merayakan hari ulang tahunnya bersama para ARMY setelah mereka semua menyelesaikan rangkaian konser *Love Yourself* di Fukuoka, Jepang.



Gambar 1. 1 Siaran Langsung BTS

Sumber : Tribunnews.com

Saat melakukan siaran langsung itu, terdapat salah satu momen yang tertangkap oleh para penggemar yang menonton adanya seorang wanita yang sedang mengintip ke dalam kamar hotel dan tengah mengambil foto para member BTS. Tidak hanya ini saja, teror yang didapat oleh BTS dari para sasaeng tidak berhenti. Pada tahun yang sama, seperti kejadian sebelumnya Jungkook yang tengah melakukan siaran langsung terus ditelepon dari nomor yang tidak dikenal secara berulang-ulang. Menurut laporan yang didapat dari artikel Kompas.com, selama melakukan siaran langsung Jungkook terus diteror oleh sasaeng melalui panggilan telepon yang mengganggu aktivitas Jungkook bersama para penggemar

melalui siaran live. Aksi dari sasaeng yang terus menerus menelepon Jungkook saat siaran live berlangsung rupanya untuk memastikan jika nomor telepon yang ia hubungi betul-betul milik salah satu member BTS. Aksi lainnya juga terjadi ketika mereka berada di bandara ketika akan melakukan perjalanan ke luar negeri, melalui siaran langsung dari V BTS pada 2019 lalu ia mengatakan jika ia merasa sangat terganggu dari ulah sasaeng yang mengikuti para member hingga di dalam pesawat. Ia juga mengatakan jika para sasaeng tidak hanya mengikuti dan mengganggu privasi mereka saja, namun juga turut mencuri barang-barang pribadi mereka seperti baju, celana, hingga pakaian dalam milik member.



Gambar 1. 2 Siaran Langsung V BTS

Sumber : Akun Youtube @neddyysl9851

Perilaku yang digambarkan dari sasaeng fans ini tidak hanya mengganggu kehidupan pribadi para idola saja, akan tetapi turut menimbulkan rasa stres dan tekanan psikologis yang mengkhawatirkan. Sikap dari sasaeng menunjukkan tingkatan yang ekstrim dari fandom dengan ditandai adanya pelanggaran privasi dan ruang pribadi dari sang idola. Perilaku ini seringkali didasari dari rasa obsesi yang tidak sehat dan keinginan untuk terhubung secara pribadi terhadap idola favoritnya (Oh & Park, 2012). Tingkah laku sasaeng tentu bukan hanya terjadi pada BTS saja, ada banyak grup atau idola Kpop lainnya yang juga dihantui oleh kegilaan dari para penggemar yang terobsesi. Perilaku sasaeng yang cenderung berlebihan

ini tentu dilatarbelakangi oleh perilaku fanatisme penggemar yang tidak sehat, keinginan yang sangat intens dari seorang penggemar dapat menimbulkan perilaku yang mengganggu dan melewati batasan antara seorang penggemar dengan idolanya yang pada akhirnya timbul sebuah keinginan untuk menjadi sasaeng (Kim, 2018). Fanatisme berkaitan dengan suatu keyakinan terhadap objek fanatik yang selalu dikaitkan dengan sesuatu atau rasa senang yang berlebihan pada suatu objek, sikap fanatik dapat ditunjukkan melalui sikap antusiasme terhadap objek yang cukup ekstrim, emosi, minat yang berlebihan dalam waktu lama, dan seringkali menganggap hal yang mereka yakini sebagai tindakan yang paling benar (Mutaali dan Prastiti, 2019).

Sikap fanatik karena terlalu antusias terhadap ketertarikan seorang penggemar terhadap idolanya memang hal yang wajar. Namun, jika perasaan itu tumbuh secara berlebihan dapat berbahaya. Sikap fanatisme tersebut dapat menyebabkan seseorang mengalami *celebrity worship syndrome* (CWS). Menurut Malthby dkk (2004), *celebrity worship* merupakan bentuk penghormatan atau kekaguman terhadap idola yang adaptif. Secara garis besar, sindrom ini sering terjadi di usia remaja yang pada fase tersebut seseorang masih mengalami perkembangan kematangan emosional. Pengaruh emosional yang masih belum stabil yang diikuti rasa obsesi secara berlebih terhadap kehidupan selebriti dapat merugikan orang lain. Orang yang terkena sindrom ini terlalu memuja idola kesukaannya sehingga mereka akan rela melakukan apapun yang berkaitan dengan idolanya agar bisa dekat, kenal, atau bahkan berhubungan dengan idolanya.

*Celebrity Worship Syndrome* yang disebabkan oleh obsesi mereka terhadap sang idola dapat menimbulkan dampak negatif seperti *cyberbullying*. Bagi seorang penggemar, media sosial merupakan wadah bagi mereka untuk mengungkapkan rasa sayang dan dukungan terhadap idolanya. Selain menjadi sarana bagi penggemar untuk mendukung aktivitas sang idol, media sosial turut menjadi wadah bagi para kelompok penggemar untuk saling berinteraksi satu sama lain. Namun, sangat disayangkan beberapa dari mereka sering menyenggol kelompok lainnya karena merasa *superior* sehingga dapat berakhir menjadi fenomena *fanwar*.

Menurut Agnesia (2019) *fanwar* merupakan sebuah perselisihan yang dilakukan oleh dua atau lebih fandom sebagai bentuk upaya melindungi sang idol. Penggemar Kpop di media sosial sering kali menimbulkan perilaku agresif dikarenakan aktivitas penggemar yang luas dan bebas, hal ini terdapat sebuah kesamaan dari pemikiran dan pengalaman antar penggemar (Eliani dkk, 2018).

Melalui penelitiannya dikemukakan jika penggemar Kpop menghabiskan waktu di media sosial sebanyak 1-5 jam hanya untuk mencari informasi mengenai idola kesukaannya (Sitomang, 2020). Informasi baik bersifat positif dan negatif dapat ditanggapi oleh berbagai pengguna media sosial, tak terkecuali penggemar Kpop melalui sebuah unggahan maupun di kolom komentar. Melalui aktivitas inilah, sebuah tindakan agresif di kalangan penggemar sering terjadi. Walaupun diantara penggemar Kpop jarang atau bahkan tidak pernah berkontak secara fisik, namun melalui media sosial perselisihan yang agresif tidak dapat dihindari. Obsesi para penggemar yang merasa dekat terhadap sang idola membuat mereka secara sadar melakukan tindak agresif sebagai bentuk perlindungan dan pembelaan (Rinaldi & Ibadurrahman, 2020). Perselisihan ini dapat timbul dari berbagai konteks, namun salah satu hal yang paling sering terjadi adalah suatu fandom merasa jika idol mereka yang paling unggul dan bersinar di antara idol Kpop lainnya. Klaim inilah yang mempengaruhi munculnya sifat agresif yang dilandasi dari perasaan marah, sakit hati, dan geram. Menurut Forsyth (2010) bentuk dari wujud fanatisme dengan membalas komentar negatif mengenai sosok idola dengan maksud membela idolanya. Perselisihan inilah yang pada akhirnya memicu seseorang untuk melakukan tindakan *cyberbullying*.

Fandom Army yang menjadi penggemar setia dari grup Kpop BTS menjadi salah satu fandom terbesar dan terloyal saat ini. Mereka dikenal sebagai basis penggemar yang sangat aktif mendukung idolanya, baik melalui media sosial maupun di dunia nyata. Keaktifan Army menjadi bentuk dari dukungan penuh dan rasa kasih sayang terhadap sang idola. Saking besarnya rasa kasih sayang tersebut, bukan hal yang tidak mungkin bagi Army untuk mengeluarkan uang dalam jumlah yang besar demi mendukung aktivitas BTS> Army memang dikenal sebagai

fandom yang loyal melalui pembelian album dalam jumlah yang sangat bear. Sikap dari Army ini menunjukkan loyalitas yang diekspresikan melalui pembelian barang-barang seperti album dan mendukung seluruh proyek yang berkaitan dengan BTS. Loyalitas yang ditunjukkan oleh Army dapat dihubungkan dengan asumsi ketergantungan seorang penggemar terhadap sang idola. Dalam kondisi ini, Army rela mengeluarkan uang hingga puluhan juta rupiah hanya untuk mengikuti aktivitas dan membeli benda-benda berkaitan dengan BTS. Namun, kesetiaan Army terhadap BTS ditemukan sikap fanatisme yang berlebihan sehingga menimbulkan perilaku yang negatif. Dalam kasus ini, Army bersikap dengan sangat agresif guna melindungi BTS.



Gambar 1. 3 Postingan Merendahkan Dari Army

Sumber : Akun Twitter @ttaekookk (2024)

*Cyberbullying* adalah bentuk intimidasi ataupun pelecehan yang dilakukan melalui media digital, seperti media sosial, pesan teks, dan platform *online* lainnya. Menurut Hinduja dan Patchin (2018) *cyberbullying* merupakan kerusakan yang disengaja secara berulang-ulang yang ditimbulkan melalui pengguna komputer, ponsel, dan perangkat elektronik lainnya. Tokunaga (2010) juga memberikan penjelasan yang serupa yang menyatakan jika *cyberbullying* melibatkan tindakan agresif yang disengaja yang dilakukan oleh sekelompok orang atau individu dengan menggunakan perangkat elektronik secara berulang-ulang terhadap korban yang membuatnya tidak mudah untuk membela diri. Dalam industri Kpop, persaingan

antar fandom seringkali memicu perilaku negatif, termasuk *cyberbullying*. Contoh nyata dari perilaku ini terjadi ketika Army menyerang grup Kpop lain dengan memberikan komentar yang merendahkan di media sosial. Ketika grup lain dinilai lebih unggul dari member BTS, Army akan meninggalkan komentar yang merendahkan grup lainnya. Army juga akan cenderung menggunakan bahasa kasar atau juga plesetan dari nama fandom tersebut. Seperti ketika mereka berseteru dengan fandom penggemar Blackpink, yaitu Blink. Mereka akan menggunakan nama “Blinktod” atau “Blonk” untuk meledek fandom tersebut.

Memang pada saat ini BTS menjadi grup yang paling besar menunjukkan tingkat popularitasnya. Tidak hanya dalam cangkupan Asia saja, namun kepopuleran BTS juga telah mencapai tingkat internasional. Sebagai seorang penggemar, Army tentu merasa sangat bangga dan setuju jika BTS memang menjadi grup teratas dalam industri Kpop. Namun, dalam industri hiburan Korea Selatan yang kompetitif, persaingan yang ketat mendorong terobosan baru untuk menarik perhatian publik. Industri ini senantiasa berinovasi dalam menciptakan karya untuk meningkatkan popularitas dan mencapai peringkat yang lebih tinggi dalam tangga lagu global. BTS secara konsisten terus meraih peringkat tertinggi dalam tangga lagu, baik di tingkat lokal maupun global setiap tahunnya. Meskipun demikian, ada pepatah yang mengatakan “roda selalu berputar” yang mengisyaratkan bahwa tidak ada yang abadi selalu di atas. Akan ada masanya bagi BTS untuk memberikan kesempatan bagi grup lain baik grup seangkatan maupun junior untuk berada dipuncak.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 1. 4 Balasan Komentar Di Akun Chart Data

Sumber : Akun Twitter @chartdata (2024)

Prestasi BTS dalam industri musik memiliki potensi untuk dilampaui oleh idola lain karena persaingan yang ketat dalam industri musik Korea. Tidak hanya BTS yang menciptakan musik yang layak untuk didengarkan saja, namun beberapa grup atau penyanyi lainnya pun juga dapat menciptakan musik yang disukai oleh para pecinta musik Korea maupun non-Korea. Seperti lagu solo dari salah satu member Blackpink, yaitu Lisa yang berhasil menguasai *chart music* secara global. Lagu berjudul “LALISA” dan “MONEY” mendapat respon positif dari para pecinta musik yang mengantarkannya meraih prestasi sebagai solois Kpop nomor satu secara global saat itu. Pencapaian ini tentunya dianggap luar biasa oleh penggemarnya. Namun, bagi Army ini merupakan sebuah ancaman sehingga sulit bagi mereka untuk menerima ketika posisi idola mereka tergeser oleh idola lain. Army selalu yakin jika BTS adalah yang terbaik dan tidak dapat tergantikan. Ketidakpuasan ini pada akhirnya memicu konflik di media sosial, di mana penggemar BTS menanggapi dengan komentar yang berlebihan dan cenderung melecehkan.

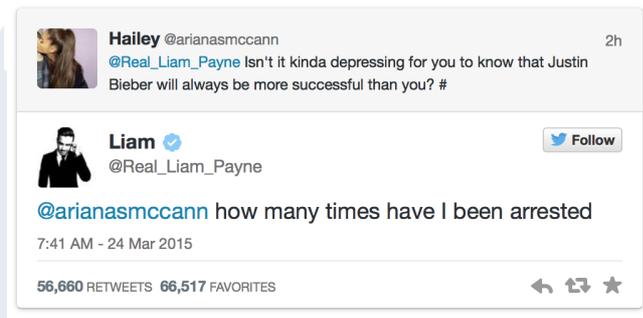


Gambar 1. 5 Unggahan Hashtag Untuk One Deriction

Sumber : Akun Twitter @taelepathy7\_ (2024)

Nyatanya perilaku perseteruan antar fandom dan dapat menimbulkan perilaku *cyberbullying* bukan hanya terjadi dalam basis penggemar Kpop saja. Pada 2015 dunia Twitter mendadak diramaikan dengan kicauan dari penggemar One Direction atau lebih dikenal sebagai Directioners. Para penggemar One Direction dengan kompak menaikkan tagar *#WEWILLALWAYSBEHEREFOROURBOYS1D* yang didasari oleh isu tentang kemungkinan bubarnya One Direction setelah salah satu anggotanya, yaitu Zayn Malik mengumumkan akan rehat dari grupnya ketika mereka tengah memperlangsungkan tur di Asia. Diduga pada saat itu Zayn tengah dilanda stres yang dipicu oleh perseteruan dengan kekasihnya terkait foto mesranya dengan wanita lain. Keadaan pada saat itu semakin memanas saat perang cuitan antara member One Direction, Liam Payne dengan Justin Bieber yang menjadi sorotan publik. Liam memicu kontroversi dengan unggahan Twiternya yang menggugah sindiran terhadap Justin Bieber. Unggahan Liam menarik kemarahan penggemar Justin yaitu Belieber yang kemudian mulai beramai-ramai menyerang akun Liam dengan memberikan komentar mengandung sindiran dan hujatan. Perilaku yang terjadi antara Directioners dan Beliebers turut menunjukkan sikap fanatisme dari intensitas dukungan yang fanatik terhadap idolanya masing-masing

yang seringkali mendorong penggemar untuk mempertahankan dan memperkuat citra positif dari idolanya mereka yang cenderung agresif.



Gambar 1. 6 Postingan Sindiran Beliebers

Sumber : Akun Twitter @arianasmccann (2024)

Kejadian antar fandom ini mencerminkan seberapa kompleksitas dalam dinamika antar fandom di era digital, di mana persaingan untuk membuktikan superioritas dan popularitas sang idola dapat memicu konflik yang intens di platform online. Berangkat dari penjelasan sebelumnya, Directioners dan Beliebers memperlihatkan bagaimana fanatisme yang tinggi terhadap idola mereka dapat memicu konflik di media sosial. Ketika terjadinya perseteruan antar fandom, akan cenderung bermunculan serangan verbal melalui sindiran yang merendahkan. Hal serupa juga terjadi dengan basis penggemar Kpop, di mana Army juga turut menggunakan media sosial untuk mendukung BTS dengan sangat intens sehingga ketika ditemukan perasaan terancam terhadap popularitas dari BTS, Army akan menyerang dengan kata-kata yang kasar terhadap fandom lain yang mereka anggap sebagai saingan. Army seringkali merespons dengan serangan yang agresif mengandung kata-kata hujatan atau bahasa yang tidak pantas ketika melihat unggahan yang mengandung kritikan yang diberikan kepada BTS.

Melalui penjelasan tersebut, *celebrity worship syndrome* memiliki pengaruh terhadap Tindakan *cyberbullying* dari suatu basis penggemar. Hal ini didasari oleh dua faktor yang dapat mempengaruhi *cyberbullying* yaitu, faktor pribadi dan faktor situasional. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Fauziah (2016) perilaku dari *cyberbullying* termotivasi dari obsesi terhadap sang idola, sehingga membuat penggemar melakukan perlindungan dan pembelaan secara fanatik. Sikap suatu individu dengan *celebrity worship* dapat didasari dari sikap fanatik, kurang dewasa, mudah tersinggung, cenderung menggunakan kata-kata kasar, dan terkadang akan bersikap secara histeris akan sesuatu di tempat yang tidak tepat (Nugraeni, 2016). Pembelaan yang secara berlebihan memiliki peran dalam faktor pendukung terjadinya perilaku agresif verbal di media sosial (Eliani, Yuiardi & Masturah, 2018).

Seseorang dengan perilaku *celebrity worship* dapat bersikap secara berlebihan sehingga dapat mendorong individu untuk menjadi agresif dan memicu terjadinya perdebatan yang tidak sehat. Perilaku ini menjadikan seseorang yang fanatik kurang dewasa dan berlebihan dalam menunjukkan rasa obsesi mereka terhadap sang idola, sehingga dapat membuatnya mudah tersinggung dan akan dengan mudah menghujat sesuatu dengan kata-kata kasar. Berangkat dari penjelasan ini, peneliti merasa tertarik untuk meneliti perilaku agresif dari ARMY selaku basis penggemar idol Kpop yang didasari dari rasa suka dan kagum terhadap sesuatu hingga mendorong mereka untuk melakukan tindak kekerasan secara verbal di media sosial atau *cyberbullying*. Peneliti semakin kuat untuk meneliti ini karena muncul pemikiran dalam diri kenapa seorang penggemar rela menjadi jahat hanya untuk sekumpulan orang yang bahkan tidak mengetahui siapa diri mereka yang sebenarnya.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berangkat dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, perilaku agresif dari sekumpulan basis penggemar di media sosial berupa penyerangan karakter yang dilakukan dengan bentuk menghina kemampuan dari fandom lain dengan

kalimat negatif cenderung melecehkan. Perilaku penyerangan tersebut dilakukan dengan maksud ketidak terimaan sebuah fandom terhadap prestasi yang dimiliki oleh idola lain. Perilaku agresif di media sosial masuk ke dalam *cyberbullying* dalam kategori *flaming*, *harassment* dan *denigration*.. Oleh karenanya, melanjutkan penjelasan di atas peneliti ingin melihat *celebrity worship syndrome* memiliki kecenderungan sikap fanatik yang tinggi sehingga dapat memicu terjadinya perilaku *cyberbullying* dari kalangan penggemar BTS, ARMY di media sosial.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana “*Celebrity Worship Syndrome*” dapat menjadi pemicu dari perilaku *cyberbullying* dalam komunitas ARMY di media sosial?
2. Perilaku *cyberbullying* apa yang dilakukan oleh ARMY sebagai akibat dari *Celebrity Worship Syndrome*?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Melanjuti pemaparan dari rumusan masalah dan pertanyaan penelitian sebelumnya, dapat dirumuskan tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengidentifikasi perilaku *cyberbullying* pada fandom Kpop Army yang diakibatkan pada *Celebrity Worship Syndrome*.
2. Mengetahui perilaku *cyberbullying* yang membuat mereka dengan percaya diri memberikan komentar negatif yang dapat menyakiti perasaan fandom lain (korban).

### 1.5 Kegunaan Penelitian

#### 1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang *Celebrity Worship Syndrome* dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam melakukan tindakan *cyberbullying* di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengembangkan konsep *Celebrity Worship Syndrome* dalam konteks

komunitas penggemar *online*, serta mengkaji perilaku komunikasi yang terjadi dalam tindakan *cyberbullying* di komunitas penggemar Kpop (fandom). Diharapkan hasil penelitian ini dapat berkontribusi dalam membangun kerangka konseptual mengenai hubungan antara pengidolaan selebriti dan perilaku agresif *online*, khususnya dalam lingkup fandom Kpop.

### **1.5.2 Kegunaan Sosial**

Dalam sisi sosial, diharapkan dapat memberi kesadaran terhadap masyarakat tentang perilaku *cyberbullying* seperti hujatan dan diskriminasi yang sering terjadi dalam ruang lingkup komunitas penggemar Kpop di media sosial. Salah satu pemicu utama dari perilaku *cyberbullying* ini adalah *Celebrity Worship Syndrome* yang membuat para penggemar bersikap secara berlebihan terhadap selebriti yang disukainya dan berujung pada perilaku negatif di media *online*. Dengan menyadarkan masyarakat tentang hubungan antara *Celebrity Worship Syndrome* dan *Cyberbullying*, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan literasi mengenai dampak negatif dari perilaku tersebut. Peningkatan literasi ini akan mendorong komunitas penggemar Kpop untuk dapat menjadi lebih berhati-hati dalam berinteraksi di media sosial dan terus berupaya untuk mengatasi pertengkaran antar fandom. Penelitian ini bukan hanya bertujuan untuk memberikan informasi saja, namun juga untuk mendorong perubahan sosial yang signifikan dalam upaya saling menghormati dan melindungi idolanya dari dampak buruk *cyberbullying*.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A