

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam konteks penelitian yang mendalam tentang perilaku dan dinamika penggemar K-pop di media sosial, berbagai studi telah memberikan *insight* penting mengenai bagaimana media sosial berfungsi sebagai arena ekspresi dan interaksi di antara penggemar. Penelitian oleh Asfira dan Sulih (2019) mengungkapkan bagaimana penggemar K-pop di Instagram menanggapi informasi hoaks dan negatif tentang idola mereka dengan perilaku yang ditandai fanatisme tinggi, memanfaatkan teori Media Massa oleh Margaret (1983) dan metodologi deskriptif kualitatif. Serupa, Husnusyifa (2019) mengeksplorasi pengaruh Twitter dalam meningkatkan fanatisme melalui penggunaan teori Uses & Gratification dan pendekatan kuantitatif, yang memperkuat pemahaman bahwa media sosial mempengaruhi intensitas fanatisme penggemar.

Lebih lanjut, Jenni, Salis Yuniardi, Alifah (2018) menemukan hubungan signifikan antara fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial, menunjukkan bahwa semakin tinggi fanatisme, semakin agresif perilaku verbal penggemar. Ini mengindikasikan potensi negatif dari fanatisme yang tidak terkendali. Sementara itu, penelitian oleh Astri Prabawati Laksono dan Afra Hafny Noer (2021) memberikan perspektif yang berbeda dengan menyatakan bahwa pada tingkat rendah dan sedang, fanatisme dapat berfungsi positif dalam membantu penggemar memenuhi kebutuhan sosial dan romantis.

Perundungan siber juga menjadi fokus dalam beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Taufik dan Rezi (2022), yang menganalisis perilaku flaming di Twitter dan menemukan bahwa ini sering digunakan sebagai mekanisme pertahanan dalam fanatisme. Penelitian lain oleh Ningrum (2019) dan Amry dan Pratama (2021) mengkonfirmasi bahwa cyberbullying seringkali bersumber dari

dorongan pribadi dan pengaruh media sosial, menggarisbawahi pentingnya memahami dampak negatif dari interaksi online yang beracun.

Secara kontras, penelitian oleh Yena Lee (2019) dan Dika Shafitri serta Wahyuningsih (2023) menggali aspek positif dari penggunaan media sosial oleh penggemar K-pop, dengan Lee memfokuskan pada aktivisme feminis dalam fandom, sementara Shafitri dan Wahyuningsih meneliti bagaimana fanatisme mempengaruhi cakupan dan aktivitas media sosial.

Terakhir, penelitian oleh Nurfaidah et al. (2021) dan Marlyna (2022) menyajikan gambaran bagaimana fanatisme bisa memicu perilaku agresif, sekaligus bagaimana media sosial membantu membentuk dan menyebarkan identitas sosial penggemar K-pop. Kedua studi ini menambahkan pada narasi yang lebih luas mengenai bagaimana identitas dan kegiatan dalam fandom K-pop diwujudkan melalui media sosial, memberikan pandangan yang lebih mendalam mengenai dinamika internal dan eksternal dalam komunitas tersebut.

Secara kepenelitian ini tidak hanya menyoroti bagaimana fanatisme dapat mempengaruhi individu dan kelompok dalam konteks penggunaan media sosial, tetapi juga membuka diskusi lebih lanjut tentang bagaimana komunitas online dapat mengoptimalkan interaksi yang mendukung perkembangan sosial yang lebih positif dan inklusif di media sosial, di mana penggemar tidak hanya menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mendukung dan berinteraksi dengan idola mereka, tetapi juga seringkali terlibat dalam perilaku yang bisa dikategorikan negatif seperti cyberbullying dan agresi verbal. Penelitian yang dilakukan oleh berbagai akademisi menunjukkan bahwa ada dinamika yang sangat variatif dalam cara penggemar K-pop berinteraksi, mulai dari pembentukan identitas sosial online, hingga perundungan siber dan pelanggaran norma-norma sosial yang berpotensi menimbulkan konsekuensi serius pada kesehatan mental.

Melalui pengaruh tersebut, yang bersifat dua arah antara media sosial dan penggunaannya oleh penggemar, menggambarkan sebuah fenomena sosial yang sangat dinamis dan terus berkembang, mempengaruhi tidak hanya penggemar tetapi

juga gambaran umum tentang budaya populer dan interaksi sosial di era digital saat ini. Kumpulan penelitian ini tidak hanya menyoroti bagaimana fanatisme dapat mempengaruhi individu dan kelompok dalam konteks penggunaan media sosial, tetapi juga membuka diskusi lebih lanjut tentang bagaimana komunitas online dapat mengoptimalkan interaksi yang mendukung perkembangan sosial yang lebih positif dan inklusif.

Selain itu, penelitian-penelitian ini juga menyoroti betapa pentingnya memahami dampak media sosial terhadap perilaku penggemar Kpop. Berbagai aspek fanatisme dari yang positif hingga negatif menunjukkan kompleksitas interaksi di media sosial yang dapat mempengaruhi identitas, perilaku, dan dinamika sosial dalam komunitas penggemar Kpop. Di satu sisi, fanatisme dapat menjadi sumber dukungan sosial dan membantu penggemar untuk merasa terhubung dengan komunitas yang jauh lebih besar. Namun di sisi lain, fanatisme yang berlebihan dapat memicu perilaku agresif dan *toxic*, salah satu dampak dari fanatisme yang berlebihan adalah timbul perilaku *cyberbullying* saat saling mengungkapkan kebencian antar fandom Kp



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Aspek	Masalah	Teori/Konsep	Metodelogi	Hasil Penelitian
<p>Penelitian 1 : Asfira & Sulih (2019)</p> <p>Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram</p>	Mengetahui perilaku fanatisme penggemar K-pop di Instagram dan mengetahui bagaimana respon penggemar Kpop terhadap informasi hoax dan negatif tentang idolnya.	Media Massa (Margaret 1983)	Penelitian ini menggunakan metode dekriptif kualitatif dan Teknik pengumpulan datanya melalui wawancara dan studi literatur.	Hasil dari penelitian menunjukkan perilaku Fanatisme penggemar Kpop diungkapkan melalui tanggapan penggemar terhadap informasi hoax dan negated dari idolnya.
<p>Penelitian 2 : Husnusyifa (2019)</p> <p>Pengaruh penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar (studi) Pada Media Sosial Twitter @BTOBINDONESIA Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar</p>	Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar yang dilihat dari sisi tingkat penggunaan	Uses & Gratification	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal komparatif. Paradigma yang digunakan	Dapat disimpulkan dari hasil penelitian dan teori menunjukkan bahwa ternyata penggunaan media sosial <i>twitter</i> berpengaruh terhadap sikap fanatisme penggemar BTOB.

	media sosial twitter, tingkat sikap fanatisme penggemar, dan adakah hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial twitter @BTOBIndonesia		dalam penelitian ini yaitu Positivisme.	
Penelitian 3 : Jenni, Salis Yuniardi, Alifah (2018) Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial Pada Penggemar Idola K-pop	Penelitian ini bertujuan ingin melihat hubungan fanatisme dengan perilaku agresif verbal di media sosial yang dilakukan oleh penggemar-idola K-pop.	Media Massa (Margaret 1983)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Subjek penelitian ini adalah penggemar-idola K-pop berjumlah 915 orang. Data dikumpulkan dengan skala fanatisme dan agresi verbal dalam skala sosial media.	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan terdapat hubungan positif antara fanatisme dan perilaku agresif verbal di mana semakin tinggi fanatisme yang dimiliki penggemar K-pop maka akan semakin tinggi pula perilaku agresif verbal.

<p>Penelitian 4 : Astri Prabawati Laksono & Afra Hafny Noer (2021)</p> <p>Idolaku, Sumber Intimacy-ku : Dinamika Celebrity Worship dan Tugas Perkembangan Dewasa Awal Pencinta Kpop</p>	<p>Penelitian ini ingin membuktikan perilaku Celebrity Worship berpotensi menghambat tugas perkembangan dewasa awal yaitu <i>intimacy</i> yang dalam jangka panjang dapat menyebabkan berbagai macam gangguan mental.</p>	<p>Theoty-Driven (Creswell & Poth, 2018)</p>	<p>Metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa dinamika CW sangat terlihat dalam aspek hubungan sosial dan hubungan romantis. Pada tingkat CW rendah dan sedang, CW menjadi alat yang dapat membantu subjek dalam memenuhi tugas perkembangan dengan memberikan tempat untuk eksplorasi dan alternatif sumber pemenuhan <i>intimacy</i>.</p>
<p>Penelitian 5 : Taufik & Rezi, 2022</p> <p>Analisis Perundungan Siber Flaming atas Komunikasi Penggemar BTS di Twitter</p>	<p>Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat tema pesan yang ditransmisikan ARMY Twitter yang memuat bentuk perundungan siber Flaming</p>	<p>Konsep flaming dan konsep cyberbullying</p>	<p>Menggunakan Etnografi Virtual</p>	<p>Hasil dalam penelitian ini menunjukkan jika pesan berbentuk flaming bersifat defensif yang dilakukan oleh fandom Army dalam memela artis idolanya yang bermula dari sifat fanatisme penggemar. Dalam penelitian ini juga turut ditemukan 4 tema pesan di mana terdapat perundungan siber flaming ini berupa menyerang, mengumpat, merendahkan, dan mentertawakan.</p>
<p>Penelitian 6 : Ningrum, 2019</p>	<p>Mengetahui perilaku dari</p>	<p>Teori GAAM</p>	<p>Menggunakan Fenomenologi</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan jika salah satu peicu terjadinya cyberbullying dikalangan adalah hal-hal yang bersifat personal seperti dorongan dari dalam diri</p>

Memahami Fenomena Cyberbullying yang Dilakukan User terhadap Selebriti	seseorang Ketika melakukan cyberbullying pada seorang selebriti	(General Affective Aggression Model)		dan sosial media juga dapat memberi pengaruh terjadinya tindakan cyberbullying. Kebanyakan pelaku akan melontarkan ejekan yang kasar dan juga memprovokatori orang-orang disekitarnya untuk melakukan tindakan cyberbullying kepada para selebriti.
Penelitian 7 : Amry & Pratama, 2021 Cyberbullying Behavior Patterns in Adolescents in Jakarta	Ingin mengetahui pola perilaku cyberbullying di kalangan remaja serta turut memetakan perilaku cyberbullying berdasarkan jenis kelamin dan tingkat pengguna internet.	Konsep Cyberbullying, Konsep Media Sosial, Konsep Twitter	Menggunakan metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan jika anonimitas secara simultan dapat mengetahui perilaku dalam cyberbullying di kalangan komunitas penggemar Kpop.
Penelitian 8 : Luthffiyah & Puspita, 2021 Cyberbullying di Media Sosial: Studi Netnografi pada Komentar Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri	Melihat pengaruh dari para pengguna media sosial yang menunjukkan perilaku cyberbullying yang mereka lakukan pada channel Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika.	Cyberbullying	Netnografi	Penelitian ini memperlihatkan hasil jika terdapat 3 kategori cyberbullying yang menimpa Kekeyi. Perilaku cyberbullying tersebut berupa mengomentari fisik kekeyi. Menggunakan standar kecantikan untuk berkomentar buruk, serta memberikan pujian yang mengarah kearah negative pada Kekeyi.

<p>Penelitian 9 : Yena Lee (2019)</p> <p>Feminist Fans And Their Connective Action On Twitter K-Pop Fandom</p>	<p>Penelitian ini memfokuskan pada pembahasan kebangkitan feminis baru-baru ini yang sedang terjadi di media sosial Twitter sebagai situs aktif untuk feminisme online, serta bertujuan mengeksplorasi lebih jauh bagaimana penggemar Kpop membentuk komunitas feminis yang kritis dalam interpretasi dan pemahamannya.</p>	<p>Media Massa & Framming</p>	<p>Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan pendekatan berbasis data yang bertujuan untuk mengukur dan menganalisis fenomena sosial atau manusia melalui representasi numerik, analisis statistic, dan observasi objektif.</p>	<p>Penelitian ini berada di persimpangan bidang keilmuan tentang fandom, feminisme, public dan aktivisme media sosial yang merupakan historiografi aktivisme penggemar yang berkembang menjadi analisis kritis terhadap hubungan antara budaya populer dengan feminisme, pengaruh dan aktivisme, serta bentuk mobilisasi media sosial yang bersifat ikat dan kolektif.</p>
<p>Penelitian 10 : Dika Shafitri & Wahyuningsih (2023)</p>	<p>Penelitian ini berfokus bagaimana perilaku fanatisme sangat mempengaruhi</p>	<p>Media Massa</p>	<p>Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian para penggemar Kpop mempunyai dampak untuk mempengaruhi massa di media sosial karena terdapat hasil di mana terdapat hasil yang memperlihatkan jika fanatisme fandom Kpop dapat memacu peningkatan penggunaan media sosial yang dapat mengganggu keseimbangan dan keadilan perhatian terhadap topik pembahasan tersebut.</p>

<p>The Effect of K-Pop Fanaticism on Social Media Coverage @tanyakanrl's Twitter Account</p>	<p>aktivitas penggemar di media sosial sehingga dapat menciptakan dampak yang luar biasa.</p>		<p>melakukan pendekatan berbasis data yang bertujuan untuk mengukur dan menganalisis fenomena sosial atau manusia melalui representasi numerik, analisis statistic, dan observasi objektif.</p>	
<p>Penelitian 11 : Nurfaidah, Asniar, & Nur Hidayat (2021) The Fanwar Phenomenon Among Female K-POP Fans On Social Media Is Indicated As A Result Of Fanatical Behavior</p>	<p>Penelitian ini berfokus meneliti bagaimana perilaku fanatik penggemar Kpop dapat memicu sikap agresi verbal yang mengganggu di media sosial.</p>	<p>Media Massa & Fanatisme</p>	<p>Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan <i>accidental sampling</i>.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara perilaku fanatic terhadap agresi verbal pada remaja perempuan penggemar Kpo yang digambarkan melalui perilaku fanatic memberikan kontribusi besar terhadap terjadinya agresi verbal. Implikasi penelitian ini mendapatkan hasil perilaku fanatic yang tinggi dapat mendorong penggemar untuk melakukan agresi verbal di media sosial.</p>

<p>Penelitian 12 : Marlyna (2022)</p> <p>Bulding Online Social Identity and Fandom Activities of K-pop Fans on Twitter</p>	<p>Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis identitas soisal online anggota fandom Kpop dan bagaimana mereka memperkenalkan ke dunia dari tujuan kegiatan suatu fandom.</p>	<p>Teori Identitas Sosial</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam terhadap 30 peserta secara online.</p>	<p>Temuan dalam penelitian ini mengungkapkan enam karakteristik identitas soisal online para penggemar yang memiliki fator-faktor berpengaruh yang memperkenalkan mereka pada Kpop dan detail aktivitas group. Studi ini memberikan wawasan tentang identitas sosial online penggemar Kpop dan aktivitas fandom di twitter.</p>
---	--	-------------------------------	--	---

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

2.2 Konsep Yang Digunakan

Peneliti akan menguraikan landasan teori serta konsep-konsep utama yang menjadi pijakan dalam penelitian ini. Pemahaman yang mendalam tentang teori dan konsep yang relevan tentu sangat penting untuk dapat menganalisis suatu yang akan diteliti secara komprehensif dan lebih mendalam.

2.2.2 *Cyberbullying*

Cyberbullying didefinisikan sebagai perilaku agresif yang dilakukan secara berulang-ulang kepada seseorang melalui media elektronik. Perilaku ini mengacu pada situasi Ketika seseorang atau kelompok secara sadar melakukan hal jahat terlalu sering yang bersifat mengancam orang lain dengan menggunakan media teknologi informasi dan komunikasi (Belsey (2017) dalam Li & Wu, 2018). Menurut Tokunaga (2010) perilaku *cyberbullying* dilakukan secara aktif melalui penggunaan media elektronik maupun digital. *Cyberbullying* sendiri dianggap menjadi sebuah fenomena yang dilandasi dari kemajuan teknologi sehingga hal ini merujuk pada Tindakan agresif yang dilakukan dengan sengaja yang dilakukan oleh individu atau kelompok dari waktu ke waktu terhadap seseorang yang cenderung tidak dapat dengan mudah membela dirinya sendiri (Smith et al, 2008).

Menurut Li (2007) perilaku *cyberbullying* tidak dibatasi oleh waktu dan ruang sehingga dapat dilakukan dari berbagai media seperti foto, video, *slideshow* dan *interactive polls* terhadap korban yang telah ditargetkan. Bentuk umum dari *cyberbullying* yang paling sering ditemukan ialah mengirim sebuah pesan yang mengancam melalui media sosial. Orang yang melakukan tindakan ini cenderung memposting pesan dengan mengutarakan kata-kata negatif dan melecehkan yang membuat korban merasa takut. Terdapat karakteristik yang dipaparkan oleh Shariff (2008) dalam Metrikahayati (2017) dari perilaku *cyberbullying*, yaitu :

1. Anonimitas

Pada karakteristik ini pelaku kerap kali merasa terlindungi dengan identitas yang tidak diketahui di internet sehingga memungkinkan mereka untuk aman karena identitasnya tersembunyi. Karakteristik ini mengurangi hambatan moral dan dapat meningkatkan keberanian pelaku untuk terus melakukan Tindakan yang agresif.

2. Keterjangkauan

Pelaku bisa mengakses korban kapan dan di mana saja yang memungkinkan korban terus menerus mengalami serangan terror. Hal ini juga didorong kecanggihan teknologi yang dapat memuat sebuah gambar dan pesan di media yang bersifat merusak karena dapat dijangkau dan disebarluaskan ke massa yang lebih besar dalam hitungan detik.

3. Ketahanan Konten

Konten digital saat ini memiliki daya tahan yang dapat bertahan lama dan bersifat tetap sehingga postingan yang telah dihapus di media masih bisa diakses oleh pengguna lainnya. Hal ini sangat merugikan dan memperpanjang trauma bagi korban.

Adapun dampak dari *cyberbullying* yang sangat merugikan bagi para korban sehingga dapat memunculkan sebuah trauma dalam jangka waktu panjang, diantaranya adalah :

1. Dampak Emosional

Korban yang mendapatkan Tindakan *cyberbullying* biasanya akan mengalami sebuah gangguan kecemasan, rasa malu, depresi yang dapat berdampak bagi kesehatan mental korban. Dalam beberapa kasus, korban dapat terpancing untuk melakukan tindakan bunuh diri.

2. Dampak Akademik

Karena merasa takut dan cemas, korban akan cenderung menjauh dari interaksi sosialnya sehingga korban akan mulai menghindari sekolah atau kegiatan lainnya untuk menghindari cemoohan dari orang lain. Hal ini

dapat berakibat pada menurunnya hasil akademik karena gangguan konsentrasi atau absensi berulang,

3. Isolasi Sosial

Dampak lainnya korban mulai memilih untuk menghindari teman-teman atau kegiatan sosial lainnya untuk mengurangi risiko *bullying* lebih lanjut. Hal ini bisa mengakibatkan perasaan kesepian dan isolasi dengan jangka waktu yang panjang.

4. Kesehatan Terganggu

Korban akan mengalami stress yang berlarut-larut akibat kejadian yang ia alami. Hal ini dapat mempengaruhi Kesehatan fisik termasuk gangguan tidur, sakit kepala, atau masalah pencernaan.

Para ahli mengemukakan, *cyberbullying* dapat dilihat dari sudut pandang pelaku maupun korban (Topcu & Erdur-Barker (2010) dalam Brewer, 2015) Terdapat tiga bentuk perilaku perundungan dalam media sosial yang dijelaskan oleh Lee, et al. (2015) yang mengatakan jika individu dapat dikatakan melakukan *cyberbullying* saat mereka melakukan salah satu perilaku perundungan.

1. Verbal/Written Perpetration

Ini menjelaskan bagaimana pelaku mengirimkan bahasa yang vulgar, tidak sopan, dan mengandung unsur kemarahan. Kejahatan ini juga dapat dalam bentuk kalimat-kalimat ancaman dengan menggunakan media komunikasi berbasis online dengan tujuan utamanya ingin melukai dan menyakiti seseorang. Hal ini dapat dilihat saat pelaku mengirimkan *private message* dengan kata-kata yang berupa sebuah ancaman.

2. Visual/Sexual Perpetration

Dapat didefinisikan melalui perbuatan mengirim atau mengunggah sesuatu berbasis sebuah visual seksual yang memberatkan. Unggahan yang disebar dapat berupa foto atau video pribadi yang bersifat sangat memalukan bagi seseorang. Korban dapat menyebarkan unggahan tersebut

melalui pencemaran di media sosial, email, ataupun grup percakapan online/komunitas tertentu.

3. *Social Exclusion*

Perilaku ini didasari saat pelaku mengeluarkan korban dari aktivitas grup online/komunitas tanpa hal yang mendasari. Hal ini bertujuan untuk menyakiti sang korban karena dengan sengaja dikeluarkan dalam grup/komunitas online agar orang tersebut merasa dikucilkan dan tidak ada sosok yang mendukung dirinya.

Menurut Willard (2005) terdapat bentuk perilaku *cyberbullying* yang mendasari keenam aspek, diantaranya :

1. *Flaming*

Kasus ini dapat mendasari perilaku *cyberbullying* melalui perselisihan online di media sosial melalui penggunaan pesan elektronik yang menggunakan Bahasa yang kasar dan terkesan vulgar. Flaming cenderung bersifat sengit yang mengakibatkan perdebatan atau argument di media online.

2. *Pelecehan (Harassment)*

Perilaku ini berbentuk dalam berbagai macam jenis pesan yang mengganggu melalui email, sms, maupun pesan teks di jejaring sosial yang akan secara terus menerus dilakukan oleh pelaku *cyberbullying*.

3. *Pencemaran Nama Baik (Denigration)*

Melibatkan penyebaran informasi palsu tentang seseorang yang dapat merusak reputasi orang tersebut. Biasanya pencemaran atau fitnah ini dapat disebarakan melalui situs web, blog, atau bahkan jejaring media sosial lainnya.

4. *Peniruan (Impersonation)*

Terjadi saat pelaku mengaku-ngaku menjadi orang lain dan membuat unggahan yang bersifat merugikan untuk membuat korban terlihat buruk. Hal ini biasanya dapat terjadi dengan cara peretasan akun

seseorang atau dengan membuat akun dengan profil palsu atas nama korban.

5. Tipu Daya (*Outing and Trickey*)

Hal ini merupakan tindakan seseorang yang dengan mudah menyebarkan informasi yang bersifat rahasia dan memalukan tentang seseorang tanpa adanya izin dari orang yang berkaitan. Informasi yang tersebar dapat berupa pesan pribadi, gambar, atau video yang dikirimkan dengan maksud memermalukan korban. Pelaku akan menggunakan sebuah trik yang bersifat mempersuaf seseorang agar memberikan informasi pribadi yang kemudian akan diunggah secara publik di media sosial. Kasus ini cukup sering dilakukan dengan berpura-pura menjadi teman dekat atau seseorang yang sangat dipercaya.

6. Pengucilan (*Exclusion*)

Pada perilaku ini menjelaskan bagaimana pelaku dengan sengaja akan bersikap memojokkan seseorang (korban) dalam sebuah kelompok atau forum diskusi online untuk membuat korban merasa tidak dianggap oleh yang lainnya.

7. Penguntit di Media Sosial (*Cyberstalking*)

Perilaku ini menggambarkan ketika pelaku akan menuntut atau *stalking* seseorang (korban) melalui media sosialnya yang kemudian akan terus melakukan pengiriman pesan secara berulang yang disertai dengan ancaman maupun pengintimidasian.

2.2.3 *Celebrity Worship Syndrome*

Celebrity Worship Syndrome (CWS) merupakan fenomena yang dapat digambarkan melalui sifat obsesi berlebihan terhadap selebriti. Orang yang mengalami *Celebrity Worship Syndrome* cenderung membangun sebuah fantasi tentang jalinan hubungan emosional yang mendalam dan terkadang tidak realistis dengan objek ketertarikan mereka. Fenomena *Celebrity Worship Syndrome* pertama kali diidentifikasi oleh seorang psikolog Lynn McCutcheon pada awal 2000-an. Dalam penjelasannya yang dipaparkan oleh Maltby dkk

(2003) sindrom ini dipengaruhi oleh kebiasaan seperti melihat, mendengar, membaca, dan mempelajari tentang kehidupan seorang selebriti secara berlebihan hingga menimbulkan sifat empati, identifikasi, obsesi, dan asosiasi yang menimbulkan konformitas.

Griffith (2013) menjelaskan *Celebrity Worship* dapat mempengaruhi perasaan individu melalui alasan pribadi mereka sehingga menjadi lebih agresif, obsesi, tertekan, impulsif, dan lebih bermasalah. Oleh karenanya seseorang dengan sindrom ini dapat menjadi hal yang berbahaya karena dapat memicu tindakan yang merugikan orang lain demi melindungi dan mendukung sang idola.

Secara umum, ada tiga tingkat *Celebrity Worship Syndrome* yang diidentifikasi oleh Maltby et al (2003). Tiga diantaranya adalah :

1. Tingkat Ringan (Entertainment-Social)

Pada level ini tiap individu akan merasa tertarik terhadap seorang selebriti karena alasan hiburan dan sosial. Mereka merasa sangat antusias membicarakan tentang selebriti kepada teman-teman dan secara aktif mengikuti perkembangan berita tentang idol tersebut. Ini merupakan bentuk paling umum dan masih dianggap normal dari demam budaya pop saat ini.

2. Tingkat menengah (Intense-Personal)

Level ini menggambarkan perasaan kagum mulai semakin mendamba sehingga perasaan yang kian tumbuh semakin besar itu berubah menjadi obsesi yang lebih dalam dan personal terhadap idol tersebut. Mereka merasakan suatu jalinan erat terhadap ikatan emosi dengan sang idol dan merasa bahwa idol kesayangannya merupakan “jiwa kembar” mereka. Sehingga jalinan perasaan yang menguat ini semakin membuat individu menghabiskan banyak waktu untuk memikirkan dan merasa sangat terpukul ketika mendengar berita buruk yang berkaitan dengan idolnya.

3. Tingkat Berat (Borderline Pathological)

Di level ini, obsesi berubah menjadi patologis. Pada level ini individu akan sangat percaya jika mereka memiliki hubungan yang nyata dengan sang idola meskipun tidak pernah berkontak fisik atau bertemu secara langsung. Mereka akan cenderung mengambil tindakan yang ekstrim untuk mencoba bertemu atau berkomunikasi dengan selebriti, bagian terburuknya mereka mulai berhalusinasi jika idol mereka mengirimkan pesan-pesan khusus melalui media untuk dirinya pribadi.

Faktor-faktor seperti rasa suka yang terlalu berlebihan terhadap sang idola dapat dipicu oleh pengaruh dalam diri individu yang merasa rendahnya harga diri, kesepian, kecenderungan untuk berfantasi, dan cenderung lebih implusif dari rasa emosional yang masih belum stabil. Namun, walaupun sindrom ini mempengaruhi emosional dari individu, *Celebrity Worship Syndrome* tidak diakui sebagai gangguan klinis dalam *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder (DSM)* atau *International Classification of Diseases (ICD)*. Sindrom ini hanya menunjukkan hubungan satu arah yang dirasakan dari penggemar terhadap seorang idol (parasosial) yang dapat memenuhi kebutuhan pribadi individu untuk memiliki hubungan sosial dan meningkatkan harga diri mereka (Derick, Gabriel, & Hugenberg, 2009). Ini memberikan wawasan mengapa para penggemar cenderung merasa sangat terhubung dengan sang idol.

Diambil dari penjelasan Giles (2002) mengemukakan jika budaya selebriti atau idol telah menjadi bagian integral dari masyarakat kontemporer dan memiliki dampak signifikansi pada identitas individu. Sehingga pemujaan pada sosok idol bisa menjadi cara bagi individu untuk menjalin hubungan dengan lebih luas. Berangkat dari penjelasan yang dipaparkan oleh McCutcheon dkk (2002) terdapat beberapa faktor yang dapat memicu *Celebrity Worship Syndrome*, diantaranya :

1. *Celebrity Worship Syndrome* dapat dipengaruhi oleh usia terutama pada remaja yang emosinya masih belum stabil.

2. Individu dengan keterampilan sosial yang buruk sehingga menganggap jika *Celebrity Worship Syndrome* sebagai kompensasi atas tidak terjadinya hubungan sosial yang nyata.
3. Gender dapat mempengaruhi karena pria lebih cenderung mengidolakan idol Wanita sedangkan Wanita lebih cenderung menyukai idol pria.

Melanjuti apa yang telah dijelaskan, *Celebrity Worship Syndrome* merupakan fenomena yang kompleks dengan banyaknya dimensi didalamnya. Walaupun terlihat sangat mengganggu, sindrom ini menjadi sebuah bukti hubungan dengan selebriti bisa menjadi sumber dukungan emosional dan identifikasi bagi banyak orang. Walau demikian, keseimbangan menjadi kunci dan menjadi terlalu fanatik terhadap seorang idol dapat menyebabkan konsekuensi negatif bagi kesejahteraan seseorang

2.2.4 Fandom Fanatisme

Fanatisme merupakan sebuah keyakinan yang mendasari pandangan seseorang yang tidak memiliki landasan teori atau pijakan kenyataan tentang sesuatu yang positif ataupun negatif namun tetap dianut secara mendalam yang membuat hal ini menjadi sulit untuk diluruskan atau diubah. Menurut Chandra (2011) Fanatisme dapat dianggap sebagai acuan dari menguatnya perilaku suatu kelompok yang cenderung melakukan Tindakan agresi. Bagi seseorang yang memiliki sifat fanatik biasanya akan tidak memikirkan apa yang dilakukannya sehingga sering kali perilakunya menjadi tidak terkontrol dan rasional.

Fanatisme menjadi sebuah fenomena yang menjadi penting di budaya modern, pemasaran, serta realitas pribadi dan di sosial masyarakat. Hal ini mendasari dari budaya yang saat ini sangat mempengaruhi hubungan yang terjadi antara individu untuk menciptakan suatu keyakinan dan pemahaman berupa hubungan, kesetiaan, pengabdian, dan kecintaan. Mittel (2015) memaparkan dalam beberapa tulisannya bahwa fanatisme dapat terjadi ketika

penggemar menunjukkan perilaku yang berlebihan cenderung obsesi terhadap tokoh tertentu. Hal ini bisa termasuk penggunaan kekerasan verbal ataupun perilaku yang tidak pantas dalam interaksi dengan penggemar lainnya. Menurut Chung, Beverland, dan Farelly (2008) sifat fanatisme memiliki kecenderungan untuk terus bersikeras terhadap pemikiran yang menganggap diri sendiri atau suatu kelompok benar dan tidak menganggap fakta atau 35% yang bertentangan dengan keyakinan mereka. Bagi seseorang yang sangat mencintai sesuatu hingga merubahnya menjadi sebuah obsesi, mereka akan sangat membela dan mempertahankan apa yang diyakini pada sesuatu hal tidak peduli akan fakta dibalikinya.

Kelompok penggemar atau dapat disebut sebagai fandom adalah sebuah sebutan bagi sekelompok penggemar selebriti, atlet, aktor, dan lain sebagainya. Fandom merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menunjuk subkultur, berbagai hal dan berbagai kegiatan yang dilakukan dengan penggemar dan kegiatannya dari seorang idola. Booth (2018) mencatat bahwa fanatisme dapat menjadi dampak negative dari keterlibatan yang mendalam dalam fandom, terutama ketika penggemar tidak mampu membedakan antara karya fiksi dengan realita, atau ketika mereka akan menyalahgunakan identitas mereka sebagai seorang penggemar untuk melakukan suatu tindakan yang dapat merugikan fandom ataupun idola lain. Kesukaan dan ketertarikan mereka terhadap seorang idola dapat membuat mudah mengklaim diri seseorang sebagai seorang penggemar dari idola tersebut, Saat ini, kepopuleran seorang idola diukur dari seberapa banyak penggemar yang dimiliki. Dalam penjelasan Banyugiri (2021) *Kpop* saat ini telah menjadi candu baru bagi penggemar setia penyanyi asal Korea Selatan yang telah sangat mudah mewabah di mana-mana.

Ada suatu karakteristik dalam penjelasan Thorne dan Bruner dalam Nesya (2010) yang dapat ditemukan dari para penggemar dan perilaku inilah yang mempengaruhi perilaku mereka sebagai seorang penggemar. Karakteristik tersebut melingkupi :

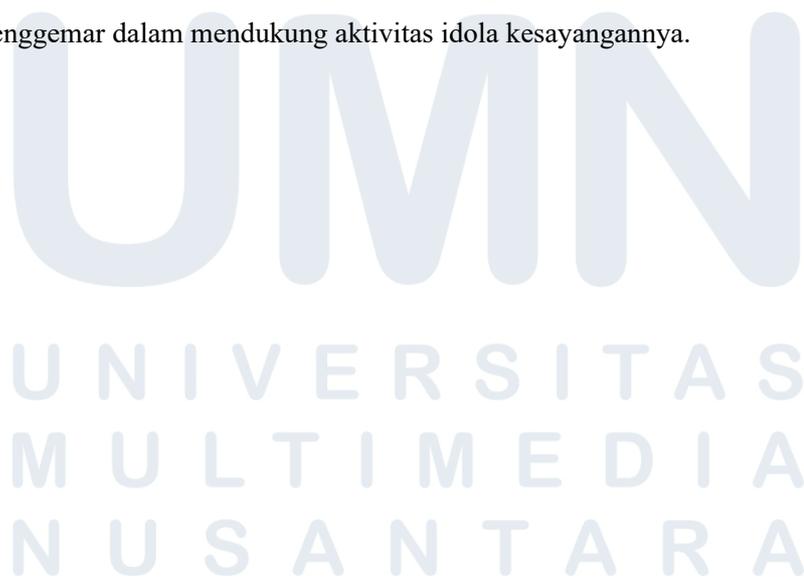
1. ketertarikan internal yang memfokuskan Sebagian besar waktu dan kemampuan para penggemar secara intens pada suatu hobi atau ketertarikan yang lebih spesifik daripada mereka yang bukan penggemar (melingkupi keluarga dan teman) sehingga tidak mendapat sebuah kesenangan dari hal yang disukainya. Penggemar seringkali memiliki rasa ketertarikan yang kuat sehingga dapat terjadi sebuah perubahan gaya hidup dalam mengakomodasi kesetiaan para penggemar terhadap apa yang disukai.
2. Keterikatan eksternal yang dimotivasi dari keinginan untuk memperlihatkan sebuah rasa tertarik individu terhadap area ketertarikan tertentu dengan mempengaruhi perilaku, seperti saat menghadiri konferensi, aktif dalam forum *online*, dan masih banyak lagi.
3. Keinginan memiliki sang idola dari rasa ketertarikan yang sangat kuat. Hal ini mendasari dari sifat penggemar yang cenderung mengekspresikan keinginan untuk memiliki objek dan material yang berkaitan dengan apa yang mereka sukai.
4. Keinginan untuk berinteraksi dengan penggemar lainnya yang hadir dalam bentuk yang berbeda-beda. Dapat dimulai dari sebuah percakapan sehari-hari antar penggemar baik dari media sosial atau *group chat* hingga pertemuan langsung secara umum seperti *fans club* dan acara yang sudah resmi.

Berangkat dari apa yang telah dijelaskan sebelumnya, para penggemar terutama dari fandom Kpop memiliki karakteristik yang hanya sekedar suka atau sudah sampai ke tahap fanatik. Namun kecenderungan mereka yang terlalu menyayangi sang idola membuat kebanyakan dari mereka tanpa sadar bersikap terlalu berlebihan atau fanatik yang membuat mereka dengan berani melakukan hal-hal yang lebih ekstrim demi sang idola. Dari yang telah dijabarkan oleh Erna (2016) para penggemar Kpop berpotensi memiliki suatu obsesi yang berlebihan terhadap sesuatu dan kurang bersikap dewasa. Mereka cenderung memiliki sebuah fantasi untuk bertemu atau menikah dengan idola yang

membuat mereka tidak dapat menjaga sikap tentang obsesi dari rasa sayang terhadap idolanya.

Penggemar yang bersikap fanatik lebih agresif dengan bersikap kasar dan cenderung berkata-kata kasar, mudah tersinggung dan bersikap berlebihan. Sikap fanatik yang telah melekat akan mempengaruhi sikap mereka yang membuat penggemar lain merasa tidak nyaman karena sifat mudah tersinggung dan histeris. Ketika seseorang mengatakan jika idola mereka hanya sebuah karakter dan kemungkinan besar untuk bisa bertemu sangat tidak mungkin. Mereka yang sudah terlalu fanatik, akan menolak fakta tersebut akibat fantasi yang terlalu tinggi dibanding penggemar lainnya.

Fanatisme suatu penggemar merupakan sebuah kepercayaan, keyakinan, dan antusiasme yang terlalu berlebihan dari diri seseorang terhadap apa yang menjadi kesukaan mereka. Fandom Kpop dapat dikatakan memiliki fanatisme terhadap idolanya berdasarkan apa yang penggemar itu lakukan dalam menyikapi antusiasme dan kegemarannya terhadap sang idol. Fanatisme dapat diukur dari perilaku suatu fandom dalam sikap mereka saat menyikapi informasi dari idolanya. Fanatisme inilah yang membuat individu atau kelompok menjadi perilaku fanatik yang tercermin dari tindakan para penggemar dalam mendukung aktivitas idola kesayangannya.



2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjabaran sebelumnya, berikut adalah alur penelitian dalam penelitian ini :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

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