

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Korean Pop atau *K-pop* saat ini kembali menjadi perbincangan di dunia tak terkecuali di Indonesia. Gelombang Korea atau *Korean Wave* meliputi kesadaran global akan berbagai aspek kebudayaan Korea Selatan termasuk film (khususnya *K-dramas*), *K-pop*, Bahasa Korea, dan masakan Korea (Valentina & Istriyanti, 2013). *K-pop* adalah salah satu bagian dari *Korean Wave* yang mendapatkan respon yang sangat besar dari masyarakat.

K-pop, kepanjangannya *Korean Pop* (Musik Pop Korea), adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Banyak pihak yang menganggap demam *K-Pop* merupakan fenomena sesaat yang akan menghilang dengan sendirinya, namun faktanya hingga kini *K-Pop* masih memiliki penggemar, yang bahkan jumlahnya semakin besar (Setyarsih, 2016). Hingga saat ini, tak sedikit remaja yang menyukai musik *K-pop* dan bahkan menyukai *group-group* yang berasal dari Korea Selatan hingga tergabung dalam sebuah *fandom* atau kelompok penggemar. *Fandom* adalah sekelompok penggemar yang memiliki minat atau kesukaan yang sama (Gooch, 2008). Orang-orang yang tergabung dalam sebuah kelompok penggemar tertentu biasanya memiliki sebuah nama, seperti contoh *ARMY* untuk kelompok penggemar *BTS*, *ELF* untuk kelompok penggemar *Super Junior (SUJU)*, dan lain-lain (Eliani, 2018). Tergabung kedalam kelompok penggemar membuat aktivitas penggemar semakin mendalam karena adanya pengalaman secara kolektif, dimana kegiatan bersama yang dilakukan juga sering memunculkan perilaku agresif (Nugraini, 2016).

Perilaku agresif yang ditunjukkan oleh kelompok penggemar *k-pop* sering terjadi di media sosial. Contoh perilaku agresi verbal yang terjadi di media sosial adalah pada bulan Agustus hingga November 2019, grup pria berinisial X mendapat banyak kecaman dari berbagai pihak terkait dengan peringkat memernya di sebuah *survival show*. Grup pria tersebut dituduh melakukan kecurangan (dilansir dari twitter @**_mes). Tidak sedikit pula penggemar *k-pop* dari Indonesia yang menjadi vokal akan kasus ini, bahkan kasus ini sempat di bahas oleh beberapa *influencer k-pop* Indonesia di *Youtube* karena begitu banyak penggemar *k-pop* Indonesia yang menuduh grup pria X. Kelompok penggemar lain bahkan kerap kali menyebut grup manipulasi, hingga ada satu *influencer* Indonesia yang memperkeruh suasana dengan membahas manipulasi ini berdasarkan rumor yang beredar di *twitter* (dilansir dari youtube J**g Han**l) sehingga terjadi perang *fandom* yang cukup lama dan besar hingga November 2019.

Bulan Desember 2019, grup pria B mendapatkan caci maki dan komentar jahat dari penggemar grup lain karena tampil di acara musik akhir tahun dengan durasi terlama. Para penggemar ini merasa bahwa itu tidak adil, lalu mulai menyerang penggemar grup B (dilansir dari twitter @tubirkor***). Penggemar Indonesia cukup vokal dalam menuliskan komentar jahat, bahkan ada yang menuduh grup pria B membayar stasiun tv agar durasi mereka menjadi yang terpanjang. Perang antar penggemar ini melibatkan penggemar grup B dan beberapa penggemar grup pria dan wanita yang tampil bersamaan dengan grup pria B.

Stasiun televisi Indonesia, Tra** TV sempat menjadi bulan-bulanan para penggemar *k-pop* karena salah satu acara di stasiun televisi tersebut, Ins*rt kerap kali memberikan berita salah tentang dunia *k-pop* namun enggan untuk meminta

maaf. Pada Desember 2019, ins*rt memberitakan tentang insiden jatuhnya anggota grup wanita R dari ketinggian 2,5 meter saat sedang latihan untuk tampil di acara musik akhir tahun. Pembawa acara pada saat itu berkomentar bahwa seharusnya anggota grup wanita tersebut tetap tampil demi penggemarnya, dengan membandingkan insiden jatuh idola lain yang hanya tergelincir di atas panggung (dilansir dari acara ins*rtli**). Beberapa hujatan dan caci maki dilayangkan para penggemar, karena pembawa acara ins*rt terkesan tidak memiliki empati. (dilansir dari akun twitter @1inserttra****).

Pada September 2019, Ins*rtli** mengunggah sebuah foto grup pria berinisial S ke akun *instagram* mereka. Foto yang diunggah diberi *caption* dengan mempertanyakan siapa anggota yang paling tidak terkenal, oleh karena itu pihak ins*rt menerima banyak caci maki dan hujatan di media sosial terutama *instagram*, karena para penggemar tidak terima grup idola mereka dikatakan tidak terkenal. Bahkan ada juga yang sampai meminta pencabutan kerjasama antara agensi grup idola mereka dengan Tra** TV, karena tidak memberitakan sebuah berita yang informatif. (dilansir dari akun instagram @insertliv****).

Perilaku mencaci maki, *bully*, dan menuliskan komentar jahat yang dilakukan oleh penggemar *k-pop* di media sosial termasuk kedalam agresivitas. Agresivitas adalah perilaku yang dilakukan dengan tujuan menyakiti orang lain (Anderson & Huesmann, 2003). Menurut Myers (2012) agresivitas merupakan bentuk dari frustrasi individu, yaitu kondisi kejiwaan yang muncul ketika seseorang merintangi tujuan individu tersebut. Menurut Warburton & Anderson (2015) jenis-jenis agresivitas adalah agresivitas fisik yaitu perilaku menyakiti secara fisik seperti menendang, memukul, dan menampar, agresivitas verbal yaitu perilaku menyakiti

dengan ucapan seperti mencaci maki, menghina, dan mengumpat, lalu agresivitas relasional yaitu menjatuhkan hubungan orang lain.

Fokus dari penelitian ini adalah agresi verbal di media sosial, agresi verbal yaitu agresi yang dilakukan dengan mengekspresikan amarah melalui perkataan kasar (Smits, Boeck, & Vansteelandt, 2004). Individu yang cenderung berperilaku agresif seringkali menggunakan mode menyerang dan bertahan dalam berpikir dan berperilaku (Littlejohn, 2009). Sementara agresi verbal di media sosial adalah perilaku mengkespresikan amarah melalui media, tanpa bertatap muka dengan individu lain. Disebut juga dengan agresi verbal pasif tidak langsung (Bass, 1987). Faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas verbal menurut Benjamin (2016) yaitu adanya rasa frustrasi, provokasi langsung, agresi yang dipindahkan dan pemaparan media.

Jika dikaitkan dengan penggemar *K-pop*, agresi verbal sudah sangat banyak terjadi dengan saling menyerang dengan komentar jahat antara *fandom* satu dengan yang lainnya dan bahkan menyerang *idol* yang bersangkutan, merasa bahwa *fandom* yang menjadi naungannya itu selalu benar (Eliani, 2018). Perilaku agresif yang dilakukan penggemar didorong oleh fanatisme. Fanatisme juga merupakan salah satu faktor mendorong munculnya perilaku agresif di media sosial. Salah satu tujuan dilakukan perilaku agresif adalah untuk menunjukkan sikap ketidaksukaan atau ketidaksetujuan. Sehingga wujud kritik yang ditujukan pada keyakinannya adalah sesuatu yang tidak diperkenankan (Supelli, 2011). Supelli mengutarakan, fanatisme juga terjadi karena sikap dogmatis yang akhirnya memunculkan perilaku brutal atau kekerasan, yang pada kasus ini dilakukan secara verbal.

Fanatik adalah perilaku yang menunjukkan ketertarikan terhadap sesuatu secara berlebihan (Nugraini, 2016). Perilaku yang ditunjukkan sehari-hari baik di dunia nyata maupun media sosial lah yang memancing prasangka orang-orang sekitar dan melabelkan seseorang dengan istilah fanatik. Bisa dikatakan seseorang yang fanatik selalu menyatakan bahwa segala ideologi, teori dan apa yang dikatakan itu adalah benar adanya (Perkinson, dalam Marimaa, 2011). Sedangkan fanatisme, suatu keyakinan yang membuat seseorang buta sehingga mau melakukan segala hal apapun demi mempertahankan keyakinan yang dianutnya (Goddard, 2001).

Fans k-pop sendiri adalah kelompok yang sangat aktif dalam penggunaan media sosial terutama *twitter*, karena artis-artis Korea masih aktif dalam mengunggah kegiatan mereka di *twitter*. Maka tak jarang bentuk-bentuk agresi verbal terjadi pada akun *twitter* yang mereka gunakan. Perilaku agresif yang diperlihatkan di media sosial oleh para penggemar ini tak jarang juga ditunjukkan tidak melalui akun pribadi, melainkan di sebuah akun yang menyediakan layanan unggahan anonim. Menurut Zimmerman (2012) anonim (tidak menyebut identitas asli) cenderung lebih agresif dalam menyerang daripada individu yang memakai identitas asli. Penyerangan yang dilakukan adalah penyerangan karakter seperti memposting gambar, menghina, menyerang dengan kalimat negatif dengan maksud menjatuhkan mental atau mengancam (Pradipta, 2016). Kelompok-kelompok penggemar ini yang berusaha untuk menunjukkan bahwa idolanya lah yang terbaik dan pantas mendapatkan pengakuan dari masyarakat bahkan pengakuan dunia. Hal ini juga didorong oleh fanatisme, karena kecintaan yang berlebih yang membuat beberapa orang seolah menutup mata tentang hal lainnya (Marimaa, 2011).

Fanatisme juga seringkali di kaitkan dengan penggemar olahraga seperti sepakbola, diketahui bahwa terdapat hubungan antara fanatisme dengan perilaku agresif yang dilakukan oleh kelompok suporter klub sepak bola (Hapsari & Wibowo, 2015). Pada penelitian sebelumnya juga menyebutkan bahwa memang ada hubungan positif antara fanatisme dengan agresi verbal di media sosial oleh penggemar *k-pop*. Semakin tinggi fanatisme maka akan semakin tinggi pula perilaku agresif yang muncul (Eliani, 2018).

Peneliti memilih kasus ini karena fanatisme dan perilaku agresi dalam penggemar *k-pop* sangat menarik untuk diulas. Karena selama ini sudah banyak penelitian yang mengkaji fanatisme dengan perilaku agresif pada penggemar olahraga, sedangkan untuk subjek penggemar *k-pop* belum banyak dilakukan. Maka dari itu, dengan fenomena yang terjadi saat ini, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang fenomena fanatisme dan perilaku agresi verbal di media sosial pada penggemar *k-pop*.

1.2 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui hubungan fanatisme dengan agresi verbal di sosial media pada remaja penggemar *k-pop*.

1.3 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis:

Manfaat teoritis yang hendak dicapai adalah diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam psikologi sosial dan juga diharapkan mampu memberikan referensi baru tentang hubungan fanatisme para penggemar *k-pop* yang mempengaruhi penyuaran pendapat mereka di media sosial.

2. Manfaat praktis:

Manfaat praktis yang hendak dicapai adalah agar para penggemar *k-pop* mengetahui sejauh mana fanatisme mempengaruhi perilaku agresi verbal di media sosial.

