**PENGARUH PERILAKU FANATIK TERHADAP AGRESI VERBAL REMAJA PEREMPUAN PENGGEMAR K-POP**

**DI MEDIA SOSIAL**

**Nurfaidah Ardis(1), Asniar Khumas(2), dan Muh. Nur Hidayat Nurdin(3)**

Fakultas Psikologi, Univeritas Negeri Makassar(1), Fakultas Psikologi, Univeritas Negeri Makassar(2), Fakultas Psikologi, Univeritas Negeri Makassar(3)

Email :Nurfaidahardis94@gmail.com(1), Asniarkhumas@unm.ac.id(2), dayat20858@gmail.com(3)

**ABSTRAK**

Agresi verbal yang dilakukan oleh remaja perempuan penggemar K-Pop di media sosial dipicu oleh perilaku fanatik terhadap idola K-Pop. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku fanatik remaja perempuan penggemar K-Pop terhadap agresi verbal di media sosial. Partisipan pada penelitian ini adalah perempuan penggemar K-Pop yang berusia remaja sebanyak 443 di Kota Makassar. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala perilaku fanatik dan agresi verbal, dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS 25.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara perilaku fanatik terhadap agresi verbal pada remaja perempuan penggemar K-Pop di media sosial (p=0,000, r=0,077). Penelitian ini menggambarkan bahwa perilaku fanatik memberikan kontribusi sebesar 0,077 (7,7%) terhadap terjadinya agresi verbal. Implikasi hasil penelitian adalah perilaku fanatik yang tinggi akan mendorong penggemar untuk melakukan agresi verbal di media sosial, sehingga hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi orangtua dalam mendidik anak, serta bagi remaja perempuan penggemar K-Pop diharapkan tidak berlebihan dalam mengagumi idola dan dapat menggunakan media sosial secara positif.

**Kata kunci:** agresi verbal, perilaku fanatik, dan remaja penggemar k-pop

**ABSTRACT**

*Verbal aggression by K-Pop fans on social media was triggered by fanatical behavior towards K-Pop idols. This research was aimed to determine the effect of K-Pop fanatical adolescent behavior on verbal aggression on social media. The data was taken from 443 K-Pop fans who were teenagers in Makassar City. The measuring instrument of this research was a scale of fanatical behavior and verbal aggression, and analyzed by using simple linear regression analysis techniques with the help of SPSS 23.0 for windows.*

*The results of this research showed that there was an influence between fanatic behavior on verbal aggression in K-Pop adolescent girls on social media (p = 0,000, r = 0,077). This research illustrated that fanatical behavior contributes 0,077 (7,7%) to the occurrence of verbal aggression. The implication of the results of the study is that high fanatical behavior will encourage fans to carry out verbal aggression on social media, so the results of this study are expected to be a reference for parents in educating children, as well as for adolescent girls K-Pop fans are expected not to over-admire idols and be able to using social media positive.*

***Keywords*** *: adolescent k-pop fans, fanatical behavior, and verbal aggression*

**PENDAHULUAN**

Penyebaran K-Pop semakin luas diiringi dengan pertumbuhan penggemar di tanah air. Devi (2018) mengemukakan bahwa salah satu *boy band* asal Korea Selatan, BTS berhasil menarik minat penggemar Indonesia. Indonesia berada pada urutan ketiga sebagai negara dengan penggemar BTS, terbesar di dunia. Data yang dilansir oleh *Youtube Insight* menunjukkan bahwa Indonesia berada pada urutan ke 2 di dunia, sebagai negara yang paling banyak menonton video BTS di *youtube* untuk bulan Juli 2019 (Army\_Bangtanbighit, 2019). Data ini menunjukkan penggemar di Indonesia memiliki antusiasme yang besar dalam mendukung idola K-Pop di media sosial. Penyebaran K-Pop memberikan dampak kepada seluruh dunia dengan pertumbuhan komunitas penggemar yang disebut *fandom*. Fulamah (2015) mengemukakan bahwa *fandom* adalah tempat bagi penggemar yang sedang menikmati atau mengonsumsi budaya, untuk meluapkan dan menyalurkan segala bentuk kecintaan terhadap budaya tersebut. Setiap idola memiliki komunitas penggemar yang berbeda, seperti *fandom ARMY* untuk *boygroup* *BTS*, *fandom EXO-L* untuk *boygroup EXO.* Afrisia (2019) mengemukakan bahwa terdapat 1.843 *fandom* di 113 negara di dunia.

Idealnya penggemar pada masing-masing *fandom* saling mendukung satu sama lain. Hal ini karena idola-idola yang dikagumi berasal dari negara yang sama, yaitu Korea Selatan. Namun, realitas yang terjadi adalah penggemar pada setiap *fandom* seringkali saling melontarkan kalimat negatif di media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Raharja (2013) menunjukkan bahwa perang antar penggemar (*fanwar)* dapat terjadi antara sesama atau antara kelompok penggemar.

Penggemar melakukan *fanwar* atau agresi verbal sebagai wujud perlindungan terhadap eksistensi idola yang disukai. Penggemar saling memperebutkan kekuasaan dan otoritas sebagai kelompok penggemar terbaik. Keinginan itu membuat penggemar tidak bisa menerima perbedaan pendapat yang datang dari sesama penggemar, maupun dari kelompok penggemar lain (Eliani, Yuniardi, & Masturah, 2018).

Penelitian yang dilakukan Alfina (2015) menunjukkan bahwa penggemar K-Pop dengan sengaja mengikuti akun *anti-fans*. Hal ini dilakukan agar penggemar dengan cepat mengetahui dan memberikan balasan jika terdapat penggemar lain atau *anti-fans* yang menuliskan kalimat kebencian terhadap idola yang dikagumi. Hal ini yang menyebabkan terjadinya *fanwar* di media sosial, bahkan penggemar mengaku *fanwar* dapat terjadi hanya karena hal yang sederhana dan tidak perlu untuk dipermasalahkan.

Alfina (2015) mengemukakan bahwa *fanwar* dalam media sosial merujuk pada agresi, khususnya agresi verbal. Buss dan Perry (1992) mengemukakan bahwa agresi verbal adalah perilaku melukai dan menyakiti individu lain secara verbal seperti berdebat, menunjukkan ketidaksukaan atau ketidaksetujuan, menyebar gosip dan kadang bersikap sarkastik. Perilaku agresi verbal lain yang kerap terjadi adalah penggemar K-Pop menyerang artis atau idola lain yang dirasa menyinggung *fandom*.

Berdasarkan pengambilan data awal yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara *online* terhadap 69 penggemar K-Pop, menunjukkan terdapat 55 (78%) penggemar pernah melakukan perilaku agresi secara verbal. Sebanyak 44 penggemar pada usia remaja dan 10 penggemar pada usia dewasa awal. Penggemar beralasan bahwa tindakan tersebut sebagai wujud pembelaan karena idola dihina dan direndahkan.

Alasan tersebut sesuai dengan pendapat Forsyth (2010) yang mengemukakan bahwa, tindakan membalas komentar dengan alasan membela idola adalah wujud dari perilaku fanatik. Penggemar yang fanatik cenderung mengidentifikasi diri dengan figur yang diidolakan, dan menganggap bahwa apapun yang dirasakan dan dialami oleh idola maka dirasakan pula oleh penggemar. Hal tersebut membuat penggemar K-Pop yang fanatik cenderung marah dan membalas hinaan yang diberikan oleh kelompok lain terhadap idola yang dikagumi, sehingga dapat menyebabkan *fanwar* di media sosial.

Eliani, Yuniardi, dan Masturah (2018) mengemukakan bahwa perilaku fanatik adalah bentuk antusias dan kesetiaan yang berlebihan dengan melibatkan emosi, rasa cinta, dan minat yang berlebihan. Pada penelitian Pertiwi (2013) diketahui bahwa penggemar K-Pop mengoleksi berbagai pernak pernik yang berhubungan dengan idola, menonton konser dan rela menyimpan potongan tiket tersebut. Antusias penggemar menunjukkan kecenderungan fanatisme dalam menyukai idola secara berlebihan.

Marimaa (2011) mengemukakan bahwa penggemar fanatik adalah penggemar yang mengidentifikasi diri terhadap *fandom,* dengan mengaitkan diri dengan idola yang dikagumi. Penggemar dikatakan fanatik ketika penggemar tidak dapat menolerir gagasan dari penggemar lain yang berujung pada perilaku agresi. Hal ini disebabkan karena penggemar memfokuskan hidup dan identitas diri pada idola yang didukung.

Eliani, Yuniardi, dan Masturah (2018) mengemukakan bahwa perilaku fanatik adalah salah satu penyebab agresi verbal terjadi di media sosial. Penggemar K-Pop dicirikan dengan sikap fanatik, karena penggemar menganggap hal yang yakini adalah kebenaran, dan segala yang tidak sesuai dengan hal yang diyakini dianggap salah. Perilaku fanatik dipandang sebagai penyebab sebuah kelompok menguat, sehingga memunculkan perilaku agresi verbal.

Perilaku fanatik dan agresi verbal seringkali dihubungkan dengan kelompok penggemar. Sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu, hubungan fanatisme dan agresi verbal penggemar K-Pop, diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara fanatisme dan agresi verbal oleh penggemar K-Pop (Eliani, Yuniardi, & Masturah, 2018). Penelitian tersebut memiliki kriteria subjek yaitu penggemar K-Pop secara umum dengan melihat hubungan antara variabel, sedangkan penelitian ini difokuskan pada subjek dengan kriteria remaja perempuan dan melihat pengaruh pada variabel.

Penelitian ini berfokus pada subjek dengan kategori remaja perempuan. Data awal yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara *online* menunjukkan dari 59 penggemar yang mengisi kuesioner, terdapat 58 penggemar dengan jenis kelamin perempuan usia remaja, dan 1 orang dengan jenis kelamin laki-laki. Berdasarkan data tersebut agresi verbal yang dilakukan oleh penggemar disebabkan oleh faktor kerentanan emosi, yaitu sebanyak 13 dari 59 orang (23%) dan merupakan faktor yang tertinggi.

Faktor lain yang menyebabkan agresi verbal adalah atribusi bermusuhan dan harga diri sebanyak 11 orang (18%), iritabilitas sebanyak 9 orang (16%), pikiran kacau *versus* perenungan sebanyak 8 orang (14%), dan kontrol diri sebanyak 8 orang (11%). Data tersebut menunjukkan bahwa kerentanan emosi merupakan faktor tertinggi penyebab penggemar melakukan agresi verbal. Kerentanan emosi lekat kaitannya dengan remaja dan perempuan.

Santrock (2007) mengemukakan bahwa masa remaja dinyatakan sebagai masa badai emosional, sehingga remaja mudah marah bahkan dengan hal sederhana. Hasil penelitian Ratnasari dan Suleeman (2017) menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih rentan dalam mengekspresikan emosi daripada laki-laki. Hal ini karena pengaruh ketidaksadaran dalam regulasi emosi yang mengarahkan laki-laki untuk lebih menekan dan melupakan pengalaman emosi daripada perempuan

Berdasarkan teori dan hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa remaja perempuan rentan meluapkan emosi yang dialami. Hal tersebut menyebabkan remaja rentan untuk melakukan perilaku agresi verbal di media sosial. Berdasarkan pemaparan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “pengaruh perilaku fanatik terhadap agresi verbal remaja perempuan penggemar K-Pop di media sosial”. Hipotesis pada penelitian ini adalah ada pengaruh perilaku fanatik terhadap agresi verbal remaja perempuan penggemar K-Pop di media sosial.

**Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, apakah ada pengaruh perilaku fanatik terhadap agresi verbal remaja penggemar K-Pop di media sosial?

**Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku fanatik terhadap agresi verbal remaja perempuan penggemar K-Pop di media sosial.

**Manfaat penelitian**

Manfaat teoritis yaitu, memberikan masukan dan memperkaya konsep-konsep psikologi perekmbangan sosial remaja dan dapat dijadikan penelitian yang relevan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif yang merujuk pada metode korelasi.

**Teknik pengambilan sampel**

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *accidental sampling.* Kuswanto (2012) mengemukakan bahwa *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan cara kebetulan bertemu dengan peneliti, dan dijadikan sampel bila sesuai dengan karakteristik subjek penelitian. Kriteria subjek pada penelitian ini adalah penggemar K-Pop, remaja usia 13-21 tahun, dan pengguna sosial media. Sampel dalam penelitian ini yaitu 443 remaja perempuan penggemar K-Pop. Penelitian ini menggunakan skala psikologi model Likert.

**Instrumen Penelitian**

Instrumen skala penelitian agresi verbal yang digunakan disusun sendiri oleh peneliti berdasarkan aspek oleh Rudin (Mackellar, 2006) yaitu agresi verbal terbuka dan agresi verbal tersembunyi. Peneliti melakukan validasi isi oleh tiga *Expert Judgement* dan menghasilkan 11 aitem yang tidak esensial. Nilai koefisien validitas agresi verbal yaitu, 0,301 – 0,630, dan nilai reliabilitas yang terdiri dari 15 aitem memiliki nilai *Cronbach’s Alpha* yaitu 0,839.

Instrumen skala penelitian agresi verbal yang digunakan disusun sendiri oleh peneliti berdasarkan aspek oleh Levinson (2004) yaitu, intensitas dan nilai-sikap. Peneliti melakukan validas isi oleh tiga *expert judgement* dan menghasilkan 5 aitem yang tidak esensial. Nila koefisien validitas pada skala perilaku fanatik yaitu 0,332 – 0,724. dan reliabilitas yang teridiri dari 33 aitem memiliki nilai *Cronbach’s Alpha*  yaitu 0,934.

**Teknik analisis data**

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif, uji asumasi, dan uji hipotesis. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji hipotesis regresi linier sederhana dengan bantuan *SPSS v.23.0.*

Winarsunu (2006) mengemukakan bahwa analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan secara linier antara variabel bebas dan variabel terikat, dengan melalui pendistribusian data parametrik. Tujuan uji analisis ini untuk memprediksi besaran nilai variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

**HASIL**

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 443 remaja perempuan (13-21 tahun) penggemar K-Pop. Responden terbanyak berasal dari usia 20 tahun yaitu sejumlah 80 (18%) orang, sedangkan penggemar yang tergabung dalam *multi fandom* terbanyak menjadi responden penelitian yaitu sejumlah 157 (35%) orang.

**Tabel 1. Deskripsi Variabel**

|  |  |
| --- | --- |
| **Variabel** | **Empirik** |
| Min | Max | Mean | SD |
| Agresi Verbal | 16 | 44 | 30,16 | 5,39 |
| Perilaku Fanatik | 35 | 177 | 114,86 | 21,10 |

Skala agresi verbal terdiri dari 15 aitem pertanyaan dengan rentan skor 1 hingga 5. Tabel 7 menunjukkan bahwa *mean* dari skala aitem agresi verbal adalah 30,16, dengan standar deviasi sebesar 5,39. Data menunjukkan bahwa skor minimum pada skala aitem agresi verbal sebesar 16 dan maksimum sebesar 44.

Skala perilaku fanatik terdiri dari 33 aitem pertanyaan dengan rentang skor satu hingga lima. Tabel 9 menunjukkan bahwa *mean* dari skala aitem perilaku fanatik adalah 114,86, dengan standar deviasi sebesar 21,10. Data menunjukkan bahwa skor minimum pada skala aitem perilaku fanatik sebesar 35 dan maksimum sebesar 177.

**Tabel 2.** **Kategorisasi skala agresi verbal**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Interval | Frekuensi | Persentase (%) | Kategori |
| 36≤ X | 58 | 13 | Tinggi |
| 26 < X < 35 | 319 | 72 | Sedang |
| X ≤ 25 | 66 | 15 | Rendah |
| Total | 443 | 100 |  |

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 58 responden (13%) yang masuk dalam kategori agresi verbal tinggi, 319 responden (72%) yang termasuk dalam kategori sedang, dan 66 responden (15%) yang termasuk kategori rendah. Hasil persentase dari total keseluruhan menunjukkan bahwa responden penelitian cenderung berada pada agresi verbal kategori sedang

**Tabel 3.** *Kategorisasi skala perilaku fanatik*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Interval | Frekuensi | Persentase (%) | Kategori |
| 136≤ X | 71 | 16 | Tinggi |
| 95< X < 135 | 303 | 68 | Sedang |
| X ≤ 94 | 69 | 16 | Rendah |
| Total | 443 | 100 |  |

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 71 responden (16%) yang masuk dalam perilaku fanatik tinggi, 303 responden (68%) yang termasuk dalam kategori sedang, dan 69 responden (16%) yang termasuk kategori rendah. Hasil persentase dari total keseluruhan menunjukkan bahwa responden penelitian cenderung berada pada perilaku fanatik kategori sedang.

Uji asumsi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas dan uji linearitas dengan menggunakan bantuan *SPSS v.23.0*

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Unstandardized Residual |
| N | 443 |
| Normal Parametersa,b | Mean | .0000000 |
| Std. Deviation | 5.18176948 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .028 |
| Positive | .028 |
| Negative | -.023 |
| Test Statistic | .028 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .200c,d |

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi Asyim.Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan data terdistribusi normal sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, sehingga persyaratan normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.

**Tabel 5. Hasil Uji Linieritas**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig |
| AV \* PF | Between Groups | (Combined) | 3549.870 | 95 | 37.367 | 1.393 | .017 |
| Linearity | 988.273 | 1 | 988.273 | 36.849 | .000 |
| Deviation from Linearity | 2561.597 | 94 | 27.251 | 1.016 | .449 |
| Within Groups | 9306.428 | 347 | 26.820 |  |  |
| Total | 12856.298 | 442 |  |  |  |

Berdasarkan tabel *output* SPSS tersebut menunjukkan bahwa nilai *deviation from linearity* sebesar 0,449 dimana syarat yang digunakan untuk *deviation from linearity Sig* adalah p > 0,05 pada F (1,016). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh perilaku fanatik terhadap agresi verbal adalah linear.

Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah uji regrei linier sederhana menggunakan program *SPSS v.23.0.* Uji hipotesis adalah sebagai berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | r | R-Square | p | Ket |
| Agresi verbalPerilaku Fanatik | 0,277 | 0,077 | 0,000 | Ho Ditolak |

Kontribusi pengaruh perilaku fanatik terhadap agresi verbal adalah *r* = 0,277 dengan nilai signifikansi yang diperoleh menunjukkan angka 0,000 (*p*=0,000). Berdasarkan perhitungan angka signifikan sebesar 0,000 < 0,05, maka Ho ditolak, yang berarti terdapat pengaruh perilaku fanatik terhadap agresi verbal remaja penggemar K-Pop di media sosial. Nilai *r-square* sebesar 0,077 menunjukkan bahwa perilaku fanatik memengaruhi agresi verbal sebesar 7,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diukur pada penelitian ini.

**DISKUSI**

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 443 orang dan telah memenuhi kriteria penelitian. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pada skala agresi verbal terdapat 319 responden (72%) yang termasuk dalam kategori sedang. Berdasarkan dua aspek yang diukur pada penelilitian ini, aspek agresi verbal tersembunyi lebih siginifikan (0,092) daripada agresi verba terbuka sebesar (0,043). Agresi verbal tersumbunyi memiliki nilai yang signifikan karena perilaku agresi terjadi di media sosial, sehingga penggemar lebih mudah bertukar informasi yang tidak benar tanpa mengetahui kebenarannya. Jemadu (2019) mengemukakan bahwa data penyebaran *hoax* pada tahun 2019 meningkat dibanding ujaran kebencian. Hal ini karena penyebaran *hoax* melalui konten dan berita, sehingga lebih mudah diakses dan disebarkan oleh pengguna media sosial lain.

Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa responden mengaku jika tidak pernah terlibat *fanwar* secara serius. Hal ini karena penggemar hanya berkomentar untuk mengklarifikasi tuduhan, dan apabila mendapat balasan komentar, penggemar tidak mau lagi menanggapi. Penggemar menambahkan jika tidak terlibat *fanwar* serius karena tidak ingin merusak citra fandom dan idolanya. Sedangkan menurut Lastriani (2018) yaitu fanwar serius terjadi berhari-hari bahkan berminggu-minggu. Hal tersebut karena tidak ada *fandom* yang mau mengalah. Penggemar saling memperebutkan kekuasaan dan otoritas sebagai kelompok penggemar terbaik.

Dewi dan Savira (2017) mengemukakan bahwa remaja yang memiliki pengelolaan emosi yang baik dapat mengekspresikan emosi yang dirasakan dengan cara yang positif. Denson, Dewall, dan Finkel (2012) menambahkan bahwa faktor disposisional atau situasional yang memungkinkan individu untuk mengesampingkan dorongan agresif. Apabila kekuatan untuk menghambat dorongan agresif lebih besar, maka individu tidak akan berperilaku agresif. Hasil penelitian oleh Denson, Dewall, dan Finkel (2012) menunjukkan bahwa kontrol diri yang baik dapat membantu individu mengurangi dorongan agresi yang tidak terkendali.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pada skala perilaku fanatik terdapat 303 responden (68%) yang termasuk dalam kategori sedang. Berdasarkan dua aspek yang diukur pada penelilitian ini, aspek sikap-nilai lebih seginifikan (0,078) daripada intensitas sebesar (0,061). Aspek sikap-nilai memiliki nilai signifikan yang lebih tinggi karena hal ini merupakan dasar perilaku fanatik sebelum melakukan aktivitas sebagai penggemar yang berujung pada intensitas (Goddard, 2001). Hal tersebut menunjukkan bahwa subjek pada penelitian ini didominasi oleh penggemar yang memiliki keyakinan kuat terhadap nilai yang dianutnya, sesuai dengan hasil penelitian dimana perilaku fanatik berada pada kategori sedang.

Jenson (Rinata & Dewi, 2019) mengemukakan bahwa penggemar dicirikan dengan citra penyimpangan yaitu suatu kefanatikan yang potensial. Kelompok penggemar memunculkan perilaku yang berlebihan dan berdekatan dengan kegilaan. Penggemar memiliki berbagai aktivitas dalam mengidolakan yang menyita banyak waktu, tenaga, dan uang. Lastriani (2018) mengemukakan bahwa perilaku fanatik yang berlebihan yaitu mengikuti kegiatan dan berbicara kepada idola, tanpa memedulikan penggemar mendapat respon atau tidak.

Sedangkan responden dalam penelitian ini mengaku jika aktivitasnya sebagai penggemar hanya sebatas interaksi di media sosial dengan menonton video dan *streaming live* idola pada aplikasi *vlive*. Penggemar mengaku membeli album sebagai bentuk apresiasi terhadap karya idolanya dan memiliki *lighstick official* fandom sebagai identitasnya tergabung dalam fandom yang diikuti. Penggemar mengaku tidak pernah menonton konser mengingat konser K-Pop tidak pernah dilaksanakan di Kota Makassar, sehingga akan memakan biaya lebih banyak ketika ingin keluar kota hanya untuk menonton konser.

Berdasarkan hasil wawancara responden tidak melakukan aktivitas sebagai penggemar yang mengarah pada perilaku fanatik yang tinggi. Penggemar mampu berpikir realistis dan tidak memaksakan kehendaknya. Hasil wawancara ini mendukung hasil penelitian dimana perilaku fanatik penggemar K-Pop berada pada kategori sedang. Perilaku yang ditunjukkan oleh responden wawancara yaitu mengumpulkan atau mengoleksi barang sebagai wujud identitas sebagai penggemar.

Hasil penelitian ini dipertegas oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Eliani, Yuniardi, dan Masturah (2018) yang mengemukakan bahwa, perilaku fanatik adalah salah satu penyebab agresi verbal terjadi di media sosial. Penggemar K-Pop dicirikan dengan sikap fanatik, karena penggemar menganggap hal yang yakini adalah kebenaran, dan segala yang tidak sesuai dengan hal yang diyakini dianggap salah. Perilaku fanatik dipandang sebagai penyebab sebuah kelompok menguat sehingga, memunculkan perilaku agresi verbal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara fanatisme dan perilaku agresi verbal di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi fanatisme yang dimiliki oleh penggemar idola K-Pop maka akan semakin tinggi perilaku agresi verbal di media sosial. Sebesar 0,391 koefisien determinasi yang artinya fanatisme menyumbang 39% terhadap perilaku agresi verbal di media sosial.

Hasil penelitian lain oleh Lastriani (2018) menunjukkan bahwa perilaku fanatik pada penggemar K-Pop menyebabkan penggemar membela idola secara berlebihan. Perilaku fanatik menimbulkan *fanwar* di antara penggemar, dengan saling mencela idola dan membela idola masing-masing. Diartikan bahwa *fanwar* adalah bukti kesetiaan terhadap idola, sehingga kalah dalam *fanwar* menunjukkan lemah bagi sebuah penggemar. Sejalan dengan hal tersebut, Hasil penelitian oleh Setyarsih (2016) menunjukkan bahwa perilaku fanatik akan memperkuat solidaritas pada sebuah komunitas, dalam hal ini adalah *fandom*. Karena adanya kesamaan kesukaan memperkuat hubungan sesama penggemar dalam *fandom* tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh penggemar melakukan agresi verbal untuk membela idola. Penggemar beralasan bahwa tindakan tersebut sebagai wujud pembelaan karena idola dihina dan direndahkan. Alasan tersebut sesuai dengan pendapat Forsyth (2010) yang mengemukakan bahwa tindakan membalas komentar dengan alasan membela idola adalah wujud dari perilaku fanatik. Ancok dan Suroso (Eliani, Yuniardi & Masturah, 2018) menguatkan pendapat tersebut bahwa perilaku fanatik dipandang sebagai penguat perilaku kelompok yang menimbulkan perilaku agresif, yang seringkali berujung pertikaian.

Hasil penelitian tambahan yang diperoleh yaitu, *multi fandom* dan penggemar yang hanya tergabung dalam satu *fandom*. Penggemar yang tergabung hanya pada satu *fandom* berfokus dan hanya mengidolakan satu idola atau grup. *Multi fandom* adalah sebutan untuk penggemar yang mengidolakan lebih dari satu idola dari grup berbeda, sehingga penggemar tergabung dalam berbagai *fandom*.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *multi fandom* merupakan *fandom* yang memiliki jumlah tertinggi yang mengisi skala penelitian. Hal ini memengaruhi hasil penelitian variabel agresi verbal yang berada pada kategori sedang, dan hasil tabulasi data variabel agresi verbal yang menunjukkan nilai rata-rata penggemar yang tergabung dalam *multi* *fandom* sebesar 29,828 dan penggemar yang tergabung dalam satu *fandom* menunjukkan skor sebesar 30,346. Data tersebut menunjukkan bahwa penggemar yang tergabung hanya dalam satu *fandom* lebih cenderung melakukan agresi verbal daripada penggemar yang tergabung dalam multi *fandom*.

Penggemar yang tergabung dalam multi *fandom* cenderung tidak terlibat agresi verbal karena mereka tidak berfokus pada satu idola dan tergabung pada berbagai *fandom*, sehingga memiliki hubungan baik dengan berbagai *fandom*. Lastriani (2018) mengemukakan bahwa penggemar yang memiliki *fandom* lebih dari satu atau *multi* *fandom*, akan mengalami dilema ketika *fanwar* terjadi. Hal ini karena penggemar mengalami dilema kepada siapa akan memihak, sehingga mereka cenderung besikap netral dengan tidak turut serta berkomentar.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada 443 remaja perempuan penggemar K-Pop di Kota Makassar dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara perilaku fanatik terhadap agresi verbal remaja perempuan penggemar K-Pop di media sosial.

Berdasarkan uraian hasil penelitian di atas, maka peneliti merangkum beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran bagi orang tua agar lebih memantau anak dalam menggunakan media sosial khususnya ketika berkomentar pada postingan berita K-Pop. Orang tua bisa membangun komunikasi secara terbuka dengan anak untuk membahas aktivitas anak sebagai penggemar dan ketika menggunakan media sosial
2. Orang tua memberikan nasihat dan edukasi pada anak penggemar K-Pop agar tidak berlebihan dalam mengidolakan, dan memberikan kesadaran untuk saling menghargai dan berperilaku positif di media sosial.
3. Saran bagi responden penelitian agar tidak mudah terpancing ketika membaca komentar negatif yang menjatuhkan idola dengan tidak membaca dan terlibat pada postingan yang memicu terjadinya fanwar.
4. Responden penelitian bisa mempertimbangkan lebih dalam sebelum berkomentar di media sosial, memikirkan dampak yang ditimbulkan akan merugikan orang lain.
5. Responden penelitian agar tidak menyukai idola secara berlebihan dengan tidak mengorbankan uang, tenaga dan waktu untuk melakukan kegiatan sebagai penggemar K-Pop.
6. Saran bagi peneliti selanjutnya untuk memasangkan variabel agresi verbal dengan variabel lain untuk melihat faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap dorongan agresi verbal.
7. Saran bagi peneliti selanjutnya yaitu disarankan untuk meneliti pada usia dewasa awal dengan menggunakan metode lain, seperti metode kualitatif untuk mengetahui lebih dalam mengenai perilaku fanatik dan agresi verbal penggemar K-Pop.

**DAFTAR PUSTAKA**

Afrisia, R. S. (2019). Penggemar hallyu di dunia hampir tembus 90 juta orang. Diakses pada <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190110173339-241-359969/penggemar-hallyu-di-dunia-hampir-tembus-90-juta-orang>.

Alfina, F. (2015). Fantisme penggemar korean idol group pelaku agresi verbal di media sosial. (*Skripsi diterbitkan).* Bandung: Universitas Pendidikan.

Army\_Bangtanbigit. (2019). Top 20 negara yang menonton video BTS menurut youtube insights pada bulan juli 2019. Diakses pada <https://www.instagram.com/p/B0rtjxcB0KJ/?igshid=1b6rifvx7r1cm>.

Buss, A. H., & Perry, M. (1992). The aggression questionnaire. *Journal of Personality and Social Psychology, 63*(3), 452-459.

Denson, T. F., DeWall, C. T., & Finkel, E. J. (2012). Self-control and aggression. *Current Directions in Psychological Science, 21*(1), 20-25.

Devi, A. N. P. (2018). Ini daftar 10 negara dengan penggemar bts terbesar di dunia lihat peringkat army indonesia. Diakases pada Suryamalang.com. <http://suryamalang.tribunnews.com/2018/06/09/ini-daftar-10-negara-dengan-penggemar-bts-terbesar-di-dunia-lihat-peringkat-army-indonesia?page=2>.

Dewi, W. R., & Savira, S. I. (2017). Kecerdasan emosi dan perilaku agresi di sosial media pada remaja. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan, 7*(2), 82-87.

Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan perilaku agresi verbal di media sosial pada penggemar K-pop. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi, 3*(1), 59-72.

Fulamah, N. R. (2015). Konstruksi identitas kelompok penggemar (fandom) fanfiction di kalangan remaja urban. *(Skripsi Diterbitkan)*. Surabaya: Universitas Airlangga.

Forsyth, D. R. (2010). *Group dynamics.* United States: Wadsworth Cengage Learning.

Goddard, H. (2001). *Civil Religion.* New York: Camridge University Press.

Jemadu, L. (2019). Bawaslu laporkan 127 akun media sosial penyebar hoaks ke kominfo. Diakses pada https://www.suara.com/tekno/2019/03/27/171604/bawaslu-laporkan-127-akun-media-sosial-penyebar-hoaks-ke-kominfo.

Kuswanto, D. (2012). *Statistik unutk pemula dan orang awam*. Jakarta Timur: Laskar Aksara.

Lastriani. (2018). Perang antar fans idol k-pop di media sosial. *Jurnal Emik, 1*(1), 87-100.

Levinson, D. (1994). *Aggression and conflict: A cross-cultural encyclopedia.* Santa Barbara: England.

Mackellar, J. (2006). Fanatics, fans or just good fun? Travel behavior and motivations of the fanatic. *Journal of Vocation Marketing, 12*(3), 195-217.

Marimaa, K. (2011). *The many face of fanaticism. Endc Proceedings, 14*, 29-55

Pertiwi, S. A. (2013). Konformitas dan fantisme pada remaja korean wave (Penelitian pada komunitas super junior fans club elf “ever lasting friend”) disamarinda. *eJurnal Psikologi, 1*(2), 157-166.

Raharja, A. D. (2013). Artikulasi fantisme elf di dunia maya (Studi dalam kelompok the neo korean wave dalam twitter). *Common Departemen Komunikasi, 2*(2), 21-25.

Ratnasari, S., & Suleeman, J. (2017). Perbedaan regulasi emosi perempuan dan laki-laki di perguruan tinggi. *Jurnal Psikologi Sosial, 15*(1), 35-46.

Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme penggemar K-Pop dalam bermedia sosial di instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 8*(2), 13-23.

Santrock, J. W. (2007). *Remaja jilid 1* (Edisi 11). Jakarta: Erlangga.

Setyarsih, E. (2016). Hubungan antar fanatisme penggemar boyband korea (Super junior) dengan solidaritas sosial di komunitas E.L.F Surakarta. *Jurnal Analisa Sosiologi, 5*(2), 53-62.

Winarsunu, T. (2006). *Statistik dalam penelitian psikologi dan pendidikan*. Malang: UMM