

Pengaruh Kecenderungan *Celebrity Worship* Terhadap *Cyberbullying* Pada Penggemar *Boy Group K-Pop* di Media Sosial

Mercya Gabryna Riezky^{1*}, Agustina², Linda Wati³

¹Faculty of Psychology Universitas Tarumanagara

^{2,3}Master of Professional Psychology Science Universitas Tarumanagara

* mercya.705190229@stu.untar.ac.id

Abstract. *Boy group* BTS dan EXO adalah *Group idol* yang berasal dari Korea Selatan dan memiliki banyak penggemar dari seluruh dunia. Para penggemar dari seluruh dunia terhubung dengan sang idola dan penggemar lainnya melalui media sosial. Melalui media sosial informasi positif maupun negatif dengan mudah tersebar, sehingga menjadi pemicu terjadinya perang antar penggemar atau *fanwar*. *Fanwar* yang terjadi di media sosial termasuk ke dalam tindakan *cyberbullying* karena terdapat kata-kata kasar dan negatif. Dalam penelitian ini, salah satu faktor terjadinya *fanwar* adalah *celebrity worship*. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur peran *celebrity worship* terhadap *cyberbullying* pada penggemar *boy group K-Pop* di media sosial. Penelitian ini melibatkan 155 responden, yang terdiri dari 152 perempuan dan 3 laki-laki. Alat ukur yang digunakan adalah *Celebrity Attitude Scale* (CAS) dan *Cyberbullying* yang dikonstruksi oleh Risyana (2019) dengan mengacu pada aspek-aspek *cyberbullying* Williard (2007). Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan jenis penelitian non-eksperimental dengan metode kuantitatif. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan SPSS 27 dengan teknik regresi sederhana antara *celebrity worship* dan *cyberbullying* yang memperoleh hasil nilai sig (p) = 0.004 < 0.05. Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa *celebrity worship* memiliki peran terhadap *cyberbullying*, dengan nilai sebesar 5.5% dan 94.5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: *Celebrity Worship*, *Cyberbullying*, Penggemar BTS atau EXO

1. PENDAHULUAN

Musik pop Korea (K-Pop) saat ini telah menjadi salah satu aspek paling terkenal dari Hallyu. Grup musik *K-Pop* terkenal dengan musiknya yang energik dan koreografi yang disinkronkan dengan sempurna serta penampilan visual menarik dari para anggota grup musik tersebut [4]. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh The Korea Foundation, jumlah penggemar K-Pop di seluruh dunia mengalami peningkatan dari 73,12 juta penggemar menjadi 89,19 juta penggemar [16]. Kumpulan penggemar dari seluruh dunia bergabung di dalam satu komunitas penggemar atau dikenal dengan istilah *fandom* [14]. *Fandom* merupakan suatu tempat bagi para penggemar untuk berbagi informasi bersama di media media sosial [5].

Penggunaan media sosial yang semakin luas menimbulkan dampak negatif seperti fitnah, ancaman, pencemaran nama baik, *hate speech*, dan *cyberbullying* [12]. *Cyberbullying* merupakan perilaku *bullying* di dunia maya, seperti mengirim materi berbahaya dan kejam di

internet atau teknologi digital lainnya [17]. Fenomena *fanwar* antar penggemar BTS (ARMY) dan EXO (EXO-L) sering terlihat di media sosial [8]. Tindakan penyebaran ujaran kebencian dan *fanwar* yang dilakukan oleh penggemar K-Pop termasuk ke dalam tindakan *cyberbullying* [11].

Fenomena *fanwar* antara ARMY dan EXO-L sering terlihat di media sosial, salah satunya X (Twitter). Pada 15 Juni 2022, akun X (Twitter) dengan username @3inthemrning membagikan foto selfie EXO-L dengan caption: “You look a p!g abandoned by parents who was nothing better in life to do other than obsessing over successful idols who don’t even know ur vgly a\$\$ exist in this world“. Tindakan negatif tersebut banyak ditanggapi oleh penggemar EXO-L yang merasa marah jika teman satu fandomnya dihina, contohnya dari akun @sehundrella: “lu klo gpunya otak jan diliatin bngt goblokk, dia lebih cantik dri pda kelakuan lu”. Contoh *fanwar* ARMY dan EXO-L diatas sesuai dengan pernyataan Afriany bahwa *fanwar* yang terjadi antar ARMY dan EXO-L dapat dikategorikan sebagai *cyberbullying*, karena mengandung kata-kata kasar yang termasuk ke dalam tipe *cyberbullying*, yaitu *flaming* [1].

Perasaan obsesi terhadap selebriti atau idola K-Pop merupakan salah satu motivasi individu untuk melakukan tindakan *cyberbullying*, hal ini terjadi karena adanya perasaan dekat dengan sang idola yang membuat penggemar melakukan perlindungan dan pembelaan secara fanatik [6]. Fenomena fanatisme selebritas disebut dengan istilah *celebrity worship*. Dalam hal ini, penggemar fanatik memiliki keyakinan, rasa memiliki dan kesetiaan yang sangat kuat serta tidak rasional terhadap selebriti yang mereka sukai [3]. Penggemar dengan tingkat *celebrity worship* yang berlebihan akan menjadi individu fanatik dan memicu terjadinya perdebatan ke arah negatif. Maka dapat disimpulkan bahwa pemujaan yang berlebihan terhadap selebriti atau idola dapat memicu perilaku *cyberbullying* [10].

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat peran *celebrity worship* terhadap *cyberbullying* pada penggemar *boy group* K-Pop di media sosial. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya tentang hubungan antara *celebrity worship* dengan perilaku *cyberbullying* pada penggemar K-Pop di Instagram menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara *celebrity worship* dengan perilaku *cyberbullying* [7]. Adanya hubungan positif antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar K-Pop di Solo Raya [10]. Dengan adanya penelitian yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel *celebrity worship* dan *cyberbullying*, serta fenomena *fanwar* yang sering terjadi antara ARMY dan EXO-L menjadikan salah satu latar belakang penulis untuk meneliti lebih lanjut tentang peranan *celebrity worship* terhadap *cyberbullying* di media sosial.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat peran *celebrity worship* terhadap *cyberbullying* pada penggemar *boy group* K-Pop di media sosial?

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif non-eksperimental, dengan menggunakan teknik sampling *non probability* yaitu *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik uji regresi linier sederhana untuk mengetahui peran *celebrity worship* terhadap *cyberbullying* pada penggemar *boy group* K-Pop di media sosial.

2.1 Instrumen Penelitian

Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu *celebrity worship* dan *cyberbullying*. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel *celebrity worship*, yaitu *Celebrity Attitude Scale* (CAS) [9] yang terdiri dari 34 pertanyaan dan diadaptasi ke bahasa Indonesia oleh Lauwhanda [18] menjadi 31 pertanyaan dan memiliki tiga dimensi, yaitu *entertainment social*, *intense personal feeling*, dan *borderline pathological*. Alat ukur *celebrity worship* yang digunakan memiliki nilai *corrected item total* > 0.2 dan diukur menggunakan skala likert 1 sampai 5. Alat ukur yang dipakai untuk mengukur variabel *cyberbullying* adalah skala yang mengacu pada aspek *cyberbullying* [17] dan dikonstruksi oleh Risyana [10]. Alat ukur ini memiliki nilai korelasi item total yang bergerak dari 0.334 sampai 0.946 dan memiliki koefisien *cronbach alpha* sebesar 0.976. Variabel *cyberbullying* diukur menggunakan skala likert dengan pemberian skor 1 sampai 5 dengan total 33 item pertanyaan dan tujuh dimensi yaitu *flaming*, *harrasment*, *denigration*, *impersonation*, *outing & trickery*, *exclusion*, dan *cyberstalking*.

2.2 Partisipan Penelitian

Partisipan penelitian ini berjumlah $n = 155$ orang merupakan penggemar perempuan dan laki-laki yang menyukai *boy group* BTS atau EXO dengan rentang usia 18-25 tahun serta pernah mengikuti *fanwar* di media sosial. Data partisipan yang diperoleh dalam penelitian ini, sebagian besar berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 152 dan 3 laki-laki.

2.3 Setting dan Peralatan

Penelitian ini dilakukan secara online di media sosial X (Twitter), Instagram, dan Tiktok. Peneliti menggunakan link Google Form untuk menyebarkan kuesioner di media sosial. Link kuesioner tersebut berisi 31 butir pertanyaan dari alat ukur *celebrity worship* dan 31 butir pertanyaan dari alat ukur *cyberbullying*. Terbatasnya jumlah penggemar laki-laki di media sosial, menyebabkan peneliti kesulitan mendapatkan partisipan laki-laki. Dalam mengolah data penelitian ini, peneliti menggunakan *Microsoft Excel* dan aplikasi *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 27.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengujian

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel *celebrity worship* yang diukur menggunakan skala *likert* dengan rentang skala 1-5 menunjukkan hasil mean hipotetik sebesar 3 dan mean empirik sebesar 4.0065 ($SD = 0.99673$) pada dimensi *entertainment social* dengan nilai minimum 1 dan nilai maksimum 5. Dimensi *intense personal feeling* memperoleh mean empirik sebesar 3.9226 ($SD = 1.07833$) dengan nilai skor minimum 1 dan maksimum 5. Selanjutnya, pada dimensi *borderline pathological* memperoleh mean empirik 3.2194 ($SD = 1.10648$) serta memiliki nilai skor minimum 1 dan skor maksimum 5.

Pada hasil penelitian variabel *cyberbullying* yang diukur menggunakan skala *likert* dengan rentang 1-5 dapat diketahui bahwa mean hipotetik sebesar 3 dan mean empirik sebesar 2.4581 ($SD = 1.19652$) untuk dimensi *flaming* dengan nilai skor minimum sebesar 1 dan skor maksimum 5. Dimensi *harrasment* memperoleh mean empirik sebesar 2.9871 ($SD = 1.29428$) dengan nilai skor minimum sebesar 1 dan skor maksimum sebesar 5. Dimensi *denigration* memperoleh mean empirik sebesar 1.6065 ($SD = 0.97699$) dengan nilai skor minimum sebesar 1 dan skor maksimum sebesar 5. Pada dimensi *impersonation* memiliki mean empirik sebesar 1.6000 ($SD = 1.14869$) dengan nilai skor minimum sebesar 1 dan skor maksimum sebesar 5. Dimensi *outing & trickery* memperoleh nilai mean empirik sebesar 1.9419 ($SD = 1.21270$) dengan nilai skor minimum sebesar 1 dan nilai skor maksimum 5. Dimensi *exclusion* memperoleh mean empirik sebesar 2.3097 ($SD = 1.18742$) dengan nilai skor minimum sebesar

1 dan skor maksimum 5. Dan terakhir, pada dimensi *cyberstalking* memperoleh mean empirik sebesar 1.6129 (SD = 0.93550) dengan nilai skor minimum yang diperoleh sebesar 1 dan skor maksimum sebesar 5. Untuk hasil lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Gambaran variabel *celebrity worship*

Variabel	N	Min.	Max.	Rerata	Std. Deviasi
<i>Entertainment Social</i>	155	1	5	4.0065	0.99673
<i>Intense Personal Feeling</i>	155	1	5	3.9226	1.07833
<i>Borderline Pathological</i>	155	1	5	3.2194	1.10648

Tabel 2. Gambaran variabel *cyberbullying*

Variabel	N	Min.	Max.	Rerata	Std. Deviasi
<i>Flaming</i>	155	1	5	2.4581	1.19652
<i>Harrasment</i>	155	1	5	2.9871	1.29428
<i>Denigration</i>	155	1	5	1.6065	0.97699
<i>Impersonation</i>	155	1	5	1.6000	1.14869
<i>Outing & Trickery</i>	155	1	5	1.9419	1.21270
<i>Exclusion</i>	155	1	5	2.3097	1.18742
<i>Cyberstalking</i>	155	1	5	1.6129	0.93550

Peneliti melakukan uji normalitas data menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada variabel *celebrity worship* menampilkan nilai $p = 0.200 > 0.005$ dan pada variabel *cyberbullying* menunjukkan nilai $p = 0.071 > 0.005$. Berdasarkan hasil uji normalitas tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *celebrity worship* dan *cyberbullying* terdistribusi normal. Untuk hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Hasil uji normalitas

Variabel	p	Keterangan
<i>Celebrity Worship</i>	0.200	Terdistribusi Normal
<i>Cyberbullying</i>	0.071	Terdistribusi Normal

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji regresi linier sederhana, hasil data menunjukkan bahwa variabel *celebrity worship* memiliki peran yang signifikan terhadap variabel *cyberbullying* dengan nilai $F = 8.867$, $p = 0.003 < 0.05$ dan nilai $R^2 = 0.055$. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil uji hipotesis

Variabel	F	p	R^2	Keterangan
<i>Celebrity Worship</i> dan <i>Cyberbullying</i>	8.867	0.004	0.055	Memiliki Peran yang Signifikan

Selanjutnya, peneliti melakukan uji regresi variabel *celebrity worship* terhadap setiap dimensi *cyberbullying*. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa *celebrity worship* memiliki peran terhadap dimensi *flaming* sebesar 6.7% dengan tingkat signifikansi $0.001 < 0.005$, dimensi *harrasment* sebesar 0.7% dengan tingkat signifikansi $0.292 > 0.005$, dimensi *denigration* sebesar 1.4% dengan tingkat signifikansi $0.140 > 0.05$, dimensi *impersonation* sebesar 1.2% dengan tingkat signifikansi $0.183 > 0.05$, dimensi *outing & trickery* sebesar 5.8% dengan

tingkat signifikansi $0.002 < 0.05$, dimensi *exclusion* sebesar 0.8% dengan tingkat signifikansi $0.264 > 0.05$, dan *cyberstalking* sebesar 2.2% dengan tingkat signifikansi $0.068 > 0.05$. Hasil selengkapanya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Hasil uji regresi

Dimensi	R^2	Sig
<i>Flaming</i>	0.067	0.001
<i>Harrasment</i>	0.007	0.292
<i>Denigration</i>	0.014	0.140
<i>Impersonation</i>	0.012	0.183
<i>Outing & Trickery</i>	0.058	0.002
<i>Exclusion</i>	0.008	0.264
<i>Cyberstalking</i>	0.022	0.068

3.2 Pembahasan

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa adanya peran *celebrity worship* secara signifikan terhadap *cyberbullying*. Berdasarkan hasil penelitian yang menyatakan adanya peran *celebrity worship* terhadap *cyberbullying* sesuai dengan penelitian Ibadurrahama yang menjelaskan bahwa *celebrity worship* memiliki peran signifikan terhadap *cyberbullying* [7]. Selanjutnya, hasil penelitian variabel *celebrity worship* terhadap dimensi *cyberbullying* menunjukkan adanya peran yang signifikan antara variabel *celebrity worship* terhadap dimensi *flaming* dan *outing & trickery*.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel *celebrity worship* memiliki peran terhadap dimensi *flaming cyberbullying* sesuai dengan penelitian Taufik dan Ramadhani bahwa tindakan *flaming* yang dilakukan oleh ARMY merupakan bentuk defensif yang berasal dari sifat fanatisme, sehingga para penggemar bersedia melakukan apa saja, termasuk tindakan agresif yang bersifat *cyberbullying* demi melindungi idolanya [15]. *Doxing* termasuk ke dalam tipe *cyberbullying outing & trickery* [2]. Adanya peran variabel *celebrity worship* terhadap dimensi *outing & trickery cyberbullying* pada penelitian ini, sejalan dengan hasil penelitian Sari yang menjelaskan bahwa *doxing (outing & trickery)* yang dilakukan oleh penggemar EXO terhadap seorang jurnalis disebabkan karena adanya perilaku pemujaan yang berlebihan terhadap sang idola dari penggemar EXO [13].

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai peran *celebrity worship* terhadap *cyberbullying*, hasil uji regresi menunjukkan bahwa terdapat peran *celebrity worship* terhadap *cyberbullying* pada penggemar *boy group* K-Pop di media sosial. Diketahui bahwa secara keseluruhan *celebrity worship* berperan sebesar 5.5% terhadap *cyberbullying*.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian di berbagai media sosial yang lebih bervariasi, seperti *Telegram*, *Line*, dan *Facebook* agar dapat lebih menggambarkan *celebrity worship* dan *cyberbullying* di berbagai media sosial. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya lebih memperhatikan keseimbangan jumlah subjek perempuan dan laki-laki.

Diharapkan bagi penggemar K-Pop yang melakukan tindakan *cyberbullying* di media sosial, terutama pada perilaku *flaming* dan *outing & trickery* untuk bisa lebih mengontrol penggunaan

kata-kata kasar dan bijaksana dalam menggunakan media sosial. Bagi korban *cyberbullying* diharapkan selalu waspada dan menyimpan bukti-bukti *cybeberbullying* untuk bisa dilaporkan ke pihak yang berwajib jika sudah di tahap melanggar privasi dan tersebarnya identitas pribadi. Dalam hal ini, masyarakat juga diharapkan bisa ikut membantu untuk menanggulangi tindakan *cyberbullying* seperti melaporkan ke pihak berwajib dan masyarakat lebih waspada serta hati-hati dalam menggunakan media sosial agar tidak menjadi pelaku atau korban *cyberbullying*.

5. REFERENSI

- [1] Afriany, F., Alfarisi, I., Sofa, A., Handayani, A., Sari, E., Luckvaldo, M., & Setih Setio, M.B.S. (2019). Agresi Verbal di Media Sosial Instagram. *Jasiora*, 3(3), 23-30.
- [2] Betts, L.R. (2016). *Cyberbullying Approaches, Consequences, and Interventions*. London: Springer
- [3] Brooks, S.K. (2021). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*, (40) 864-886. 10.1007/s12144-018-9978-4
- [4] Christy, S. (2023). Mengenal fenomena hallyu dan perkembangannya di Indonesia. *Goodnews Indonesia*.
- [5] Fauziah, R., & Kusumawati, D. (2015). Fandom K-Pop idol dan media sosial (Studi deksriptif kualitatif tentang penggunaan media sosial twitter pada hottest Indonesiaa sebagai followers fanbase @taeckhunID, @2Pmindohottest dan idol account @khunnie0624). 10-16.
- [6] Fauziah, N. (2016). *Cyberbullying di Indonesia: analisis kasus Rizky Firdaus Wicaksana alias Uus*. Makalah non seminar, 7.
- [7] Ibadurruhma. (2021). Hubungan Antara Celebrity worship Dengan Perilaku Cyberbullying Pada Penggemar Kpop Di Instagram (pp. 1–13). <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/10310>
- [8] Lastriani. (2018). Perang antar fans idol k-pop di media sosial. *Jurnal Emik*, 1(1), 87-100
- [9] Maltby, John., Day, Liz., McCutcheon, Lynn E., Houran, James., & Ashe Diane. (2006). "Extreme Celebrity Worship, Fantasy Proneness and Dissociation: Developing The Measurement and Understanding of Celebrity Worship Within A Clinical Personality Context". *Personality and Individual Differences*, 40(2), 273–283. doi:10.1016/j.paid.2005.07.004
- [10] Pinarsih, C. (2023) Hubungan antara *Celebrity Worship* dengan *Cyberbullying* pada Remaja Perempuan Penggemar K-Pop Fandom ARMY di Solo Raya. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Massaid Surakarta. Surakarta
- [11] Rahman, J. B., Hidayat, S., & Desintha, S. (2022). Perancangan media edukasi anti-cyberbullying bagi penggemar K-Pop di Indonesia. *E- Proceeding of Art & Design*, 8(5), 3162-3175.
- [12] Rohman, F. (2016). Analisis meningkatnya kejahatan cyberbullying dan hatespeech menggunakan berbagai media sosial dan metode pencegahannya. *Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer Nusa Mandiri*. 383-388.
- [13] Sari, R.P. (2021). Persekusi doxing sebagai pola baru viktimisasi terhadap jurnalis di Indonesia. *Jurnal Deviance, Kriminologi*. 5(1), 68-85.
- [14] Sitoresmi, A. R. (2023). Fandom adalah Komunitas Fans Berat, Pahami Makna dan Perannya di Dunia Hiburan. *Liputan6.com*. Jakarta

- [15] Taufik, H., & Ramadhana, M.R. (2022). Analisis perundungan siber flaming atas komunikasi penggemar BTS di twitter. *Avant Garde; Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 46-66.
- [16] The Korean Foundation. (2019). Korea Foundation:Seogwipo-si. Diakses pada bulan November 2023 melalui <http://ebook.kf.or.kr/contents.jsp?bookid=1833>
- [17] Willard, N. (2007). *Educator's Guide to Cyberbullying and Cyberthreats*. Online, 1–16.
- [18] Yuniarti, D., & Agustina. (2022). “Hubungan loneliness dengan celebrity worship pada remaja pengguna fan account BTS di Twitter”. *Jurnal Serina Humaniora*, 16(2), hal. 517-524.