

PENDAHULUAN

Kehidupan sehari-hari telah dipengaruhi oleh media sosial, yang mengubah cara kita berinteraksi dan berbagi informasi. Di era digital ini, fenomena industri hiburan telah mengalami perkembangan yang pesat sehingga kita sering kali disajikan berita dan konten hiburan dengan begitu cepat, termasuk melalui fenomena K-drama dan K-pop yang semakin mendunia. K-drama (Korean Drama) adalah serial televisi atau web yang diproduksi di Korea Selatan, biasanya terdiri dari beberapa *episode* dengan berbagai aliran seperti romansa, komedi, aksi, dan fantasi, menampilkan aktor dan aktris dalam peran yang menghidupkan cerita, sedangkan K-pop (Korean Pop) sangat erat kaitannya dengan sekelompok perempuan atau laki-laki yang berada di bawah lindungan sebuah agensi atau manajemen yang sering disebut sebagai *girlgroup* dan *boygroup*, mereka dibentuk dengan tujuan memperkenalkan *genre music* pada masyarakat luas (Deafifa & Noorrizki, 2022). Diantaranya terdapat beberapa grup yang terkenal hingga benua Asia maupun Eropa seperti Bangtan Sonyeondan (BTS), New Jeans, Seventeen, dan Le Sserafim lahir dari agensi HYBE Entertainment. Blackpink, Treasure, 2NE1, dan Bigbang lahir dari agensi YG Entertainment. EXO, Red velvet, NCT, dan Aespa lahir dari agensi SM Entertainment. 2PM, TWICE, Stray Kids, dan ITZY lahir dari agensi JYP Entertainment.

Munculnya *boygroup* dan *girlgroup* di industri musik Korea Selatan atau K-pop telah memicu terbentuknya komunitas penggemar atau *fandom* yang umumnya memiliki kesamaan dalam kesukaan terhadap satu atau beberapa idol. Seorang penggemar adalah individu yang memiliki minat atau semangat yang besar terhadap suatu hal. Umumnya, mereka menunjukkan semangat untuk mendukung dan memberikan perhatian pada *boygroup* atau *girlgroup* yang mereka kagumi dan bahkan mungkin mengubah pola hidup mereka untuk menunjukkan kesungguhan mereka (Utami & Winduwati, 2020). Setiap *fandom* pada umumnya memiliki identitas sendiri yang ditunjukkan sebagai simbol persatuan dan kekuatan *fandom* yaitu *lightstick* dan nama *fandom* seperti, EXO-L untuk *fandom* EXO, Blink untuk *fandom* Blackpink, Army untuk *fandom* BTS, Carat untuk *fandom* Seventeen dan

NCTzen untuk *fandom* NCT dan masih banyak lagi nama *fandom* serta *boygroup* dan *girlgroup* K-pop yang terus bermunculan di Korea. *Fandom* ini biasanya terbentuk di media sosial, di mana para penggemar dapat berinteraksi dan berbagi informasi tentang artis yang mereka sukai. Namun, terdapat juga fenomena negatif yang sering terjadi di dalam komunitas penggemar K-pop, yaitu agresi verbal. Nurpratami dkk. (2022) berpendapat bahwa di platform media sosial, para penggemar K-pop seringkali menampilkan tindakan agresi akibat aktivitas penggemar untuk berinteraksi secara bebas dalam *fandom* mereka. Hal ini mungkin disebabkan oleh adanya kesamaan pandangan dan pengalaman di antara para penggemar. Agresi verbal yang muncul dari para penggemar K-pop biasanya terjadi selama periode yang dikenal sebagai "*fanwar*". *Fanwar* adalah jenis konflik antara kelompok penggemar yang berusaha melindungi idola mereka. Dalam komunitas penggemar K-pop, *fanwar* dapat terjadi karena alasan apa pun (Agnensia, 2018). Menurut Infante & Wigley (1986), agresi verbal adalah upaya untuk merusak psikologis seseorang dengan menyerang keyakinan mereka atau memposisikan mereka sebagai subjek percakapan dengan tujuan untuk membuat orang lain tidak disenangi. Agresi verbal didefinisikan sebagai tindakan yang dimaksudkan untuk melukai seseorang melalui penggunaan kalimat seperti berdebat, bergosip, menyebarkan fitnah, dan menghina (Levinson dkk., 2011).

Agresi verbal mengacu pada perilaku apa pun yang menggunakan kata-kata, bukan serangan fisik, untuk menyakiti, seperti penghinaan, pencemaran nama baik, atau ancaman. Ini menggambarkan bentuk komunikasi yang destruktif, yang dapat dilakukan secara tatap muka maupun melalui media komputer. Agresi verbal dapat dilakukan secara langsung ataupun melalui media elektronik, seperti via chat (Rösner & Krämer, 2016). Studi awal tentang fenomena di CMC (*Computer Mediated Communications*) pada tahun 1990an yang dilakukan oleh Joseph B. Walther meskipun belum secara khusus mengeksplorasi agresi verbal di media sosial dengan detail pada saat itu, namun kontribusinya dalam penelitian komunikasi digital memberikan beberapa pandangan yang relevan. Walther memperingatkan bahwa penggunaan media sosial dalam komunikasi dapat memperlambat proses pemahaman dan memperumit pertukaran informasi,

terutama dalam situasi yang memerlukan kejelasan dan empati yang lebih tinggi.. Walther juga mengemukakan bahwa media sosial memperlambat proses pemrosesan informasi sosial (*social information processing*), yang dapat mengakibatkan respons yang kurang terkontrol atau impulsif dalam situasi-situasi yang memicu agresi (Walther, 1996). Penelitian O'Sullivan & Flanagin (2003) menunjukkan bahwa agresi verbal dapat terjadi secara signifikan di media sosial melalui analisis frekuensi dan jenis interaksi yang tercatat. Mereka mengidentifikasi bahwa platform-platform seperti forum diskusi online atau jejaring sosial memfasilitasi berbagai bentuk agresi verbal, termasuk penghinaan, ancaman, dan perundungan, yang dapat memengaruhi pengguna secara emosional dan psikologis. Temuan ini menyoroti bahwa karakteristik unik dari komunikasi digital, seperti anonimitas relatif dan jarak interpersonal yang terkadang lebih besar, dapat memperburuk intensitas dan penyebaran agresi verbal di media sosial, menciptakan tantangan baru dalam mengelola interaksi online yang sehat dan aman.

Tindakan agresi verbal sering dikaitkan dengan *cyberbullying*. Namun, ada perbedaan antara *cyberbullying* dan agresi verbal yang dilakukan di media sosial. Secara umum, agresi verbal di media sosial merujuk pada perilaku verbal yang agresif atau merendahkan seseorang melalui platform-platform seperti Facebook, Twitter, atau aplikasi pesan. Sedangkan Menurut Kowalski dkk. (2015) *cyberbullying* didefinisikan sebagai tindakan abusif yang menggunakan teknologi sebagai mediana. Ini mencakup perilaku seperti *flaming* (penghinaan terbuka), *harassment* (pelecehan), *denigration* (penghinaan), dan *impersonation* (pemalsuan identitas), yang semuanya dilakukan melalui komunikasi digital. Dengan demikian, meskipun agresi verbal di media sosial dapat melibatkan penggunaan kata-kata yang kasar atau menyinggung, *cyberbullying* secara khusus merujuk pada penggunaan teknologi digital untuk melakukan pelecehan atau intimidasi terhadap individu atau kelompok. Sehingga agresi verbal dapat mewakili pada penelitian ini.

Hate speech dan *hate comments* termasuk contoh agresi verbal di media sosial. Penelitian Kazhberova dkk. (2022) mengaitkan tingginya tingkat agresi verbal, termasuk *Hate speech* dan *hate comments*, dengan perilaku pengguna di platform media sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa kedua bentuk ini

memang merupakan bagian dari agresi verbal di media sosial. Agresi verbal yang terjadi di media sosial dapat dilakukan di berbagai aplikasi seperti Twitter, Instagram, TikTok dan aplikasi lainnya. Penggemar K-pop seringkali berinteraksi dengan sesama penggemar maupun dengan selebriti melalui komentar, pesan, atau postingan. Yoga dkk. (2022) dalam penelitiannya menunjukkan terdapat agresi verbal di media sosial. Salah satu bentuk tindakan agresi verbal yang sering terjadi di media sosial yaitu dengan memberikan komentar yang merendahkan, memicu konflik antara penggemar, saling menyerang, serta mengkritik dengan bahasa yang tidak pantas, perilaku melecehkan, dan menggunakan kata-kata negatif dengan niat merusak mental seseorang. Ancaman yang dihasilkan dari perilaku tersebut dapat menciptakan ketegangan antara kelompok penggemar, bahkan berpotensi memicu perang antar penggemar. Penggemar cenderung menyerang atau melukai individu yang memiliki pandangan berbeda atau tidak sepaham dengan mereka, dan mereka dapat mencoba memaksakan pandangan mereka pada orang lain dengan cara yang tidak etis.

Agresi verbal yang terjadi di media sosial dapat disebabkan karena penggemar selalu mencari tahu informasi terbaru idol K-pop yang mereka sukai. Dalam penelitian Situmorang (2020) menyatakan bahwa penggemar K-pop menghabiskan 1-5 jam di media sosial untuk mencari informasi tentang artis idola mereka. Baik informasi positif maupun negatif, keduanya dapat menjadi subjek tanggapan dari berbagai pengguna media sosial, terutama para penggemar K-pop, melalui kolom komentar atau balasan. Agresi verbal seringkali terjadi di antara komunitas penggemar melalui kolom komentar tersebut, meskipun interaksi fisik jarang atau bahkan tidak pernah terjadi. Agresi verbal ini sulit dihindari dan cenderung terus muncul tanpa henti.

Fenomena agresi verbal penggemar K-pop yang baru-baru ini ditemukan oleh peneliti yang muncul di Instagram adalah ketika salah satu anggota Blackpink yang bernama Lalisa Manoban yang juga dikenal sebagai Lisa diundang untuk tampil di Crazy Horse cabaret pada tanggal 28 September 2023 sampai 30 September 2023. Crazy Horse merupakan salah satu tempat wisata cabaret yang populer di Paris. Cabaret adalah sebuah pertunjukan hiburan dengan menyajikan tarian-tarian, music dan komedi. Kemudian pada tanggal 5 oktober 2023 Lisa mengunggah beberapa foto dibalik layar acara Crazy Horse

di instagram miliknya, diwaktu yang bersamaan akun @fyp.kpop mengunggah informasi terkait foto Lisa yang diunggahnya. Dalam komentar di akun tersebut penampilan Lisa dianggap terlalu terbuka dan mengumbar pesona tubuhnya oleh beberapa penggemar K-pop. Seperti komentar-komentar berikut :

“Pakaian nya tertutup banget bestie kwkwkwkkw bentar lagi member BP jadi bintang porn semua 😏 eh kecuali jisoo 😏” @Kim***0431*

*“Sehat-sehat wanita penghibur” @sam***96 .*

*“Astagaaa awal kehancuran bp sih ini feeling gw, malah jadi cewe2 murahan gini” @brav****

*“Bukan kehancuran BP sih tapi Lisa lebih demen jadi penari stiptis clup dripd idol kpop liat aja ekspresi nya udah pro gitu” @onyo****

Dari komentar tersebut terdapat beberapa penggemar Lisa yang tidak terima atas pendapat mereka terhadap idolanya, sehingga penggemar Lisa membelanya seperti berikut

*“Heleh bactt” @_v***I.*

*“Trs masalah buat loe 😏 kalo loe ga ngerti seni Cuma ngerti gosipp mending kumpul rumah tetangga aja loee sana 😏” @devi***.*

*“Kalo komen jgn bikin orang salah paham. Gw paham lu ketik tu wanita penghibur dlm konotasi negatifkan. Jadi gausah sok suci pake dalih doain yang baik” Mending lu doain diri lu sendiri supaya ga nyinyir sama org lain”. @xxay***.*

*“Urus aja idol lu jgn urus idol org laen” @eria***.*

Selain itu, terdapat beberapa akun yang mengomentari dengan memberikan emoticon yang tidak pantas di postingan tersebut. Bukan hanya akun instagram Lisa saja yang didapati komentar tidak baik oleh penggemar, akun instagram orang tua Lisa yaitu ibunya juga mendapatkan komentar dengan menggunakan kata-kata dan emoticon tidak pantas. Bersamaan dengan kejadian

tersebut akun instagram ibunya Lisa tidak ada dalam hasil pencarian instagram. Fenomena tersebut merupakan salah satu contoh agresi verbal penggemar K-pop yang dimana mereka akan menggunakan kata-kata kasar dan mengumpat ketika individu tidak setuju dengan pemikiran dan argumen yang orang lain sampaikan. Fenomena ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yaqin & Aviani (2021) dengan responden 110 pelajar SMA pengguna instagram aktif dengan metode kuantitatif dan didapatkan hasil bahwa, tindakan agresi verbal bisa terjadi di Instagram. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna Instagram bisa melakukan tindakan verbal agresi dalam bentuk penggunaan kata-kata kasar, ejekan, pertengkaran, serangan terhadap akun Instagram lain, penggunaan emoticon dan simbol-simbol merendahkan orang lain melalui komentar atau unggahan di Instagram. Agresi verbal di platform media sosial seperti Instagram bisa mengakibatkan kerusakan pada harga diri individu lain, menimbulkan frustrasi, rasa malu, kecemasan, kemarahan, dan mungkin merusak hubungan.

Fenomena Agresi verbal juga dapat ditemukan oleh peneliti di aplikasi tiktok yaitu ketika salah satu akun @keteknyachanyeol_ memposting video *encore* salah satu anggota BTS yaitu Jimin. *Encore* adalah penampilan tambahan dari band atau penyanyi di akhir konser, yang mereka lakukan setelah mendapat permintaan dari penonton untuk kembali ke atas panggung. Jimin melakukan *Encore* di acara Mcountdown pada tanggal 30 Maret 2023 dengan membawakan lagunya yang berjudul "Like Crazy". Namun sayangnya penampilan Jimin tuai banyak kritikan dari berbagai penggemar K-pop, kritika dilakukan dengan cara mengomentari postingan tersebut. Seperti berikut :

*"Dance doing yang ditonjolin suara 0" @lalalisa***.*

*"Vocal kyk gitu kok ya lolos jadi idol GLOBAL... hasil nyogok kali ya... 🤔🤔🤔" @yann***.*

*"Dia bukan penyanyi cuman artis ndesah makanya banyak fansnya" @aii***.*

*“Teknik vocalnya gamain main cuyyy, teknik tikus kejejit, teknik desah, teknik sesak napas, wowowoeww vocal yang luar biasa 😏” @use****

Dari komentar tersebut tentu membuat penggemar Jimin marah sehingga mereka membalas komentar dengan membela Jimin dan terdapat balasan mereka yang mengejek idol lain seperti berikut :

*“Ketika egsoh el terobsesi bgt sama bts, makasih udah fokus ke idol kami, btw rover FLOP 😏” @mak****

*“Merasa tersaingi? Ngakak bgt. Pdhl semua org juga tau bangtan yang lbh populer dan lbh berprestasi, ngapain tersaingi njir 😏” @bhg***.*

*“Mau ngebacot kayak apapun juga Jimin tetap jauh diatas idol kalian wahai sang pengiri 😏😏” @kim****

*“Boleh adu sama golden maknae BTS jk, Jimin juga itu gara” gugup” @raf***.*

Fenomena ini menggambarkan salah satu contoh agresi verbal di aplikasi tiktok dimana mereka menyerang individu atas kemampuan yang dimilikinya. Fenomena ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Langi & Wakas, (2020), dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan kata-kata merendahkan, cacian, dan umpatan termasuk agresi verbal di media sosial. Agresi verbal di media sosial juga dapat ditunjukkan dengan menghina orang lain dengan menghina kemampuan mereka atau dengan memposting foto, gambar, atau video parodi yang menyerang tanda non-verbal mereka. Selain itu, agresi verbal juga dapat muncul dalam bentuk penyerangan langsung dengan menggunakan kata-kata negatif yang dimaksudkan untuk membuat seseorang tertekan. Penggemar melakukan agresi ini untuk melindungi idol mereka agar mereka tidak diremehkan oleh penggemar lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Rinaldi & Ibadurrahama, (2020) mengindikasikan bahwa adanya rasa dekat atau ikatan emosional dengan idola mendorong para penggemar untuk melakukan tindakan perlindungan dan pembelaan. Timbulnya rasa cinta , rasa ingin melindungi idol dan rasa memuja

sering disebut dengan *Celebrity Worship*. Menurut Sunarni (2015) *celebrity worship* adalah kondisi di mana seseorang mengalami perilaku obsesif yang sangat kuat terhadap idola mereka dan segala hal yang terkait dengannya. Biasanya, *celebrity worship* melibatkan satu atau lebih idola yang sangat dikagumi oleh individu tersebut, sehingga membuat individu tersebut sulit untuk melepaskan diri dari segala hal yang terkait dengan idola mereka. *Celebrity worship* juga digambarkan dimana mereka akan merasa memiliki kedekatan yang dapat mereka imajinasikan. Banyak penggemar yang dengan terbuka menunjukkan cinta mereka terhadap idolanya baik melalui media sosial maupun secara langsung, seperti dengan membeli barang-barang yang terkait dengan idola mereka. Seseorang dapat mengalami dampak negatif pada kehidupan pribadinya jika terlalu terlibat dalam pengidolaan. Keterlibatan yang berlebihan dapat menyebabkan keinginan untuk memiliki sosok idola dan bahkan mengklaim bahwa idola tersebut adalah miliknya, atau yang sering disebut sebagai sikap "*bias is mine*" (Lestari & Nugrahawati, 2022).

Celebrity worship didefinisikan sebagai bentuk pemujaan terhadap orang yang terkenal secara luas. Awalnya, konsep ini dikaji oleh Steele dan Brown pada tahun 1995 yang meneliti bagaimana para remaja berhubungan dengan media dan bagaimana mereka membentuk identitas mereka melalui interaksi dengan media tersebut. Salah satu temuan penting dari penelitiannya adalah bahwa beberapa partisipan menganggap selebriti sangat menarik karena sifat-sifat tertentu yang mereka miliki. Sifat-sifat ini bisa mencakup kepribadian, penampilan fisik, atau gaya hidup yang diidealkan oleh para partisipan. Penelitiannya menyoroti bagaimana selebriti dapat menjadi figur yang berpengaruh dalam proses pembentukan identitas remaja, menunjukkan bahwa selebriti dapat menjadi model peran atau panutan bagi mereka (Steele & Brown, 1995).

McCutcheon dan rekan penelitiannya mengatakan bahwa Fanatisme kepada selebriti disebut sebagai *Celebrity worship* karena fanatisme tersebut dapat menjadi tanda dari suatu gangguan obsesif yang terlalu melibatkan diri dalam setiap detail kehidupan selebriti yang diidolakan. Semakin seseorang memuja selebriti, semakin tinggi tingkat keterlibatannya dan keintiman yang

dikhayalkan terhadap selebriti tersebut. *Celebrity worship* terbagi menjadi tiga tingkat, yaitu tingkat hiburan-sosial, tingkat intens-pribadi, dan tingkat *borderline-pathological*. Tingkat *Entertainment social* ditandai oleh orang-orang yang terhibur oleh artis dan sering terlibat dalam interaksi sosial yang melibatkan idolanya. Tingkat *Intense personal feeling* menunjukkan orang-orang yang begitu terobsesi dengan selebritas favorit mereka dan merasa wajib dan kompulsif dalam menunjukkan kekagumannya secara berlebihan. Tingkat *borderline-pathological* mencakup orang-orang yang tidak bisa mengendalikan aktivitas dan perasaan terhadap selebritas favorit mereka, sehingga mereka rela melakukan hal-hal yang tidak wajar demi idolanya (McCutcheon dkk., 2002).

Banyak penggemar yang dengan terus terang menunjukkan cinta mereka terhadap idola mereka melalui media sosial, seperti berkomunikasi dengan idola mereka melalui fitur *mention* di Twitter sekarang berganti nama menjadi X. Mereka melakukan hal ini karena mereka ingin bebas mengungkapkan apa yang mereka rasakan. Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti di berbagai platform media sosial salah satunya adalah X menunjukkan bahwa terdapat penggemar K-pop yang tidak setuju apabila mendengar idol mereka dirumorkan berkencan dengan idol lain. Karena mereka tidak senang jika idol mereka terlibat dalam hubungan dengan orang yang tidak diinginkan mereka. Fenomena yang di dapatkan penulis di X adalah terdapat rumor kencan *boy group* BTS yaitu Taehyung dengan Jennie dari *girl group* Blackpink. Keduanya dirumorkan tengah berkencan di Paris pada bulan Mei dengan unggahan video buram yang menunjukkan mereka jalan-jalan dan bergandeng tangan di dekat sungai. Rumor tersebut menyebabkan kedua *fandom* berdebat atas spekulasi mereka yang dimana mereka sama-sama tidak mengakui bahwa orang di video tersebut adalah Taehyung dan Jennie dan ada juga yang berspekulasi bahwa kedua merupakan cosplay. Dari spekulasi-spekulasi mereka yang berbeda menyebabkan ejekan yang saling menjatuhkan satu sama lain untuk membela masing-masing idol mereka atau dapat disebut *fanwar*, seperti komentar berikut :

*“taehyung juga gamau sama lonte, bilangnya malu malu kucing tp kaya bintang porno keliatan pentil”
@je****

*“dipegang2 aanunya wkwkw” @han****

Dari komentar tersebut dibalas oleh akun yang merupakan blink

*“Jjga gamau kali ama tehyung, laki mental tempe, gak ada manly” nyaa, O talenta, cwok caper. gaada bandinganya sama Jennie. Ksian sih Jennie kalo dapeg cowok modelan T, cowo cuman modal melet melet lidah kek uler” @res****

*“See? Ketikan orang yg otaknya kurang lons. Ngatain anak org lonte kek idup lu dah paling lurus ajeee”
@non****

Namun juga terdapat Army dan Blink yang menyetujui rumor tersebut karena mereka merasa idol juga membutuhkan pendamping dalam hidupnya, sepertinya berikut

*“Mau sama siapapun entah itu tehyung sama si Jennie atau sama si a b c atau d itu adalah hak mereka bentuk privasi hidup mereka, mereka juga sama kok sama kita sama-sama manusia yang butuh pendamping. Tugas kita cuman satu focus on tehyung, awalnya emang sedih liat idola kita dapet rumor itu tapi belajar jadi fans sehat Yuk, apapun kebenarannya kita cukup dukung apapun yang terbaik yang dipilih member” @rev****

Berdasarkan fenomena tersebut, ditemukan bahwa penggemar yang sangat mencintai idola Korea cenderung bersikap agresif secara verbal, misalnya dengan menghina orang lain. Eliani dkk. (2018) menemukan korelasi positif antara kecintaan dan agresif verbal terhadap idola penggemar Korea. Penggemar yang sangat mencintai idola mereka cenderung memberi prioritas pada perasaan mereka sendiri, yang dapat menyebabkan emosi negatif dan perilaku agresif verbal saat perselisihan muncul. Karena penggemar percaya bahwa pandangan mereka benar, konflik seperti ini sering terjadi. Hasil penelitian lain Lalitya & Tedjasaputra (2019) menyimpulkan bahwa orang cenderung berperilaku verbal agresif jika keadaan atau kejadian tidak sesuai dengan preferensi atau keinginan mereka.

Salah satu hal yang dapat memicu timbulnya perilaku agresi pada remaja adalah kurangnya dasar keimanan dalam diri mereka. Ketika seseorang mengalami penurunan dalam keyakinan agamanya, mereka cenderung melakukan tindakan yang bertentangan dengan ajaran agama. Konsep dosa dan pahala, serta perbedaan antara tindakan baik dan buruk, menjadi kabur dan tidak terpikirkan dalam benak mereka (Willis, 2017). Menurut Stuart (2019) Religiusitas dapat membantu orang memahami makna dalam hidup mereka dan menumbuhkan sikap optimisme, sehingga mengurangi kemungkinan munculnya metode penanganan yang tidak sehat yang dapat mengarah pada perilaku agresi, baik secara fisik maupun verbal.

Ketika seseorang memiliki tingkat religiusitas yang kuat, maka mereka akan memiliki pemahaman yang mendalam tentang agama mereka dan akan aktif dalam aktivitas keagamaan. Mereka tidak akan memprioritaskan atau menyembah apapun selain Tuhan dalam kehidupan mereka, dan ini akan menyebabkan mereka untuk menghindari segala hal yang melanggar prinsip-prinsip agama mereka, bahkan ketika mereka memiliki seseorang yang mereka kagumi, mereka akan memiliki batasan tertentu dalam berperilaku terhadap mereka (Sitasari dkk., 2021). Dalam setiap agama yang ada, mengidolakan seseorang tidak akan menjadi masalah selama tetap berada dalam batas yang wajar dan tidak melanggar prinsip-prinsip agama itu sendiri. Sayangnya, masih terjadi fenomena di mana beberapa penggemar sangat membela dan memuja idolanya dengan cara yang berlebihan. Fenomena ini masih sering terjadi di mana individu-individu menunjukkan dukungan yang berlebihan untuk idolanya hanya untuk memuaskan keinginan pribadi mereka, yang tentu saja tidak sesuai dengan nilai-nilai yang seharusnya dipegang oleh individu yang beragama.

Peneliti dalam penelitian ini merujuk pada studi yang dilakukan oleh Sitasari dkk. (2021) Studi ini melibatkan penggemar K-Pop di Indonesia, dan hasilnya menunjukkan hubungan negatif antara tingkat religiusitas dan *celebrity worship* di salah satu komunitas penggemar K-Pop dengan koefisien korelasi sebesar -0,626 dan $p = 0,000$. Artinya, ketika seseorang memiliki tingkat

religiusitas yang tinggi, maka mereka cenderung memiliki tingkat keterlibatan yang rendah terhadap selebriti, sementara sebaliknya, jika religiusitas mereka rendah, keterlibatan mereka terhadap selebriti cenderung tinggi. Ini menunjukkan bahwa seseorang mungkin tidak menerapkan keyakinan agamanya dengan benar dan mungkin juga mengalami kesulitan untuk mengendalikan emosinya, yang menyebabkan perilaku mereka tidak dipikirkan dengan matang. Peningkatan religiusitas dan mempertahankan tingkat pengaguman selebriti yang seimbang dapat membantu mengurangi agresi verbal di media sosial di antara penggemar K-Pop.

Rumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan fenomena yang terkait dengan tingginya agresi verbal di media sosial pada penggemar K-pop sebagai berikut : 1) Apakah ada hubungan religiusitas terhadap agresi verbal di media sosial pada penggemar K-pop. 2) Apakah ada hubungan *celebrity worship* terhadap agresi verbal di media sosial pada penggemar K-pop?. 3) Apakah ada hubungan religiusitas dan *celebrity worship* terhadap agresi verbal di media sosial penggemar K-pop?

Mengacu pada rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian yaitu sebagai berikut: 1) Untuk menguji hubungan religiusitas terhadap agresi verbal di media sosial pada penggemar K-pop. 2) Untuk menguji hubungan *celebrity worship* terhadap agresi verbal di media sosial pada penggemar K-pop. 3) Untuk menguji hubungan religiusitas dan *celebrity worship* terhadap agresi verbal di media sosial penggemar K-pop

Manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu : 1) Manfaat teoritis Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan teori psikologi dan penelitian-penelitian selanjutnya khususnya dalam bidang *cyberpsychology* yang berkaitan dengan religiusitas, *celebrity worship* dan agresi verbal penggemar K-pop di media sosial. 2) Manfaat praktis Hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan pemahaman untuk masyarakat luas yang menggemari selebriti yang tergabung dalam suatu *fandom* tertentu mengenai gambaran religiusitas, *celebrity worship* dan agresi verbal. Serta, diharapkan

dapat berguna bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan religiusitas, *celebrity worship* dan agresi verbal

AGRESI VERBAL

Agresi adalah tindakan atau perilaku yang timbul sebagai akibat dari provokasi yang diterima dari pihak lain (Byrne, 2005). Agresi merujuk pada tindakan yang dilakukan dengan maksud untuk menyakiti orang lain baik secara fisik maupun verbal (Myers & Twenge, 2018). Berkowitz (2003) menggambarkan perilaku agresi verbal sebagai tindakan agresi yang ditujukan untuk merugikan orang lain dan dapat berupa penggunaan kata-kata kasar, celaan, ejekan, fitnahan, atau ancaman lisan. Agresi verbal melibatkan suatu tindakan motorik yang melibatkan penggunaan kata-kata untuk mengganggu, merugikan, atau menyakiti orang lain, seperti dalam berdebat dengan ketidaksetujuan, menyebarkan gosip, atau berperilaku sarkastik Buss dkk (1992) Dalam pandangan lain yang disampaikan oleh Infante & Wigley (1986) agresi verbal dijelaskan sebagai perilaku yang mempengaruhi orang lain untuk menyerang citra diri individu lainnya.

Dari pernyataan definisi agresi verbal dapat disimpulkan bahwa agresi dapat didefinisikan sebagai perilaku atau tindakan yang dilakukan sebagai tanggapan terhadap provokasi dari pihak lain secara verbal. Salah satu contoh agresi verbal adalah penggunaan kata-kata untuk mengganggu, mengganggu, atau menyakiti seseorang, seperti dengan menggunakan kata-kata kasar, celaan, ejekan, fitnahan, atau ancaman lisan. Selain itu, ada pendapat lain yang mengartikan agresi verbal sebagai perilaku yang mendorong orang lain untuk menyerang citra diri mereka sendiri.

Menurut Infante & Wigley (1986b) terdapat beberapa aspek yang dapat mempengaruhi agresi verbal yaitu : 1) Penyerangan terhadap Karakter (*Character Attacks*) adalah tindakan mengganggu atau menyerang karakter seseorang dengan menggunakan kata-kata. 2) Penyerangan terhadap Kompetensi (*Competence Attacks*) melibatkan penghinaan dan merendahkan

kemampuan seseorang dengan menggunakan bahasa lisan. 3) Penghinaan (*Insults*) terjadi ketika seseorang dengan sengaja menggunakan kata-kata yang menghina, menista, mencemooh, atau mencaci maki dengan tujuan menyakiti orang lain. 4) Mengutuk (*Maledictions*) adalah tindakan sengaja melepaskan kutukan atau sumpah serapah kepada individu lainnya. 5) Menggoda (*Teasing*) adalah tindakan dengan sengaja merundung, mengolok-olok, atau menggoda orang lain, meskipun maksudnya bisa dipahami oleh orang tersebut. 6) Ejekan (*Ridicule*) adalah upaya sengaja untuk menertawakan seseorang. 7) Berkata Kotor (*Profanity*) melibatkan penggunaan kata-kata kasar dan tidak sopan terhadap orang lain. 8) Isyarat Nonverbal (*Nonverbal Emblems*) mencakup memberikan isyarat negatif kepada seseorang.

Menurut Willis (2017) mengatakan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi agresi, yaitu : 1) Tindakan agresi yang disebabkan oleh naluri agresi. Sigmund Freud melihat bahwa agresi disebabkan oleh dorongan naluri. *Id* memiliki kecenderungan untuk libido seks, perbuatan destruktif dan nafsu. Sedangkan *super ego* berisi nilai-nilai agama dan budaya yang dapat menahan lajunya *Id* sehingga *ego* menjadi berkembang dan tenang. Namun apabila *super ego* tidak dapat membendung lajunya *Id* maka *ego* akan terjebak pada perbuatan jahat termasuk agresi yang dapat merusak dirinya maupun orang lain 2) Tindakan agresi yang disebabkan oleh keadaan yang sumpe (*crowding*). Dalam keadaan yang sangat banyak orang di suatu tempat, seperti di bus kota, jalanan, pasar dan lainnya dapat memicu timbulnya agresi. 3) Perbuatan yang dipengaruhi oleh apa yang dipelajari. Teori behavior conditioning mengatakan bahwa agresi merupakan perilaku hasil dari belajar. 4) Pengaruh karena tayangan televisi. Hanya dengan melihat tayangan televisi dapat memicu timbulnya agresi. 5) Perilaku agresi karena frustrasi. Perilaku agresi yang paling banyak mengalami kegagalan dalam memenuhi kebutuhannya sehingga menjadi frustrasi 6) Agresi karena tekanan. Tekanan yang disebabkan oleh lingkungan sekitarnya dapat menimbulkan stres dan akan terjadi agresi

Agresi dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, sebagaimana disebutkan oleh Sarwono, S.W. & Meinarno (2015) termasuk di dalamnya adalah: 1) Faktor sosial, yang mencakup situasi lingkungan harian, kemungkinan provokasi verbal atau fisik dari lingkungan, serta interaksi antara individu dengan orangtua dan teman sebaya, dapat memainkan peran yang signifikan dalam membentuk perilaku agresi. 2) Faktor personal adalah aspek internal individu, orang dengan tipe tingkah laku A lebih agresif daripada orang dengan tipe tingkah laku B. 3) Faktor budaya berdasarkan pada norma-norma yang berlaku di sekitar individu. Keberlakuan budaya yang bersifat keras dapat menjadi pemicu timbulnya perilaku agresi pada individu. 4) Faktor situasional dapat dijelaskan sebagai kondisi atau suasana yang sedang berlangsung, seperti kondisi cuaca. Perilaku agresi cenderung lebih mungkin muncul ketika cuaca sedang panas. 5) Faktor sumber daya adalah aspek yang terkait dengan kebutuhan individu untuk memenuhi berbagai jenis sumber daya. 6) Faktor media berasal dari cara individu mengonsumsi berbagai jenis media, baik dalam bentuk cetak maupun massa. Perilaku agresi individu dapat dipengaruhi secara signifikan oleh informasi yang diterima dari media, terutama ketika sering terpapar konten yang mengandung kekerasan.

Berdasarkan beberapa faktor yang sudah dipaparkan pada variabel perilaku agresi verbal menunjukkan bahwa faktor internal dapat dipengaruhi oleh aspek kepercayaan yang mengindikasikan religiusitas pada individu. Sedangkan, untuk faktor eksternal yaitu media menjadi sarana individu untuk menggali informasi terkait dengan informasi yang sedang menjadi topik hangat di kalangan masyarakat luas. Penelitian yang dilakukan oleh Efathania & Aisyah (2019) menemukan bahwa adanya korelasi antara durasi waktu penggunaan media sosial dengan tingkat kecenderungan mengagumi selebriti (*celebrity worship*), pada Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa semakin lama seseorang menghabiskan waktu di media sosial, maka kemungkinan tingkat kecenderungan mengagumi selebriti akan semakin tinggi. Selain itu, frekuensi akses yang lebih sering ke media sosial juga berkaitan dengan peningkatan tingkat *celebrity worship*. Agresi kata-kata yang terjadi di platform media sosial, terutama di antara penggemar K-Pop, khususnya pada kalangan remaja perempuan, disebabkan oleh fanatisme. Fanatisme juga dianggap

sebagai pemicu meningkatnya perilaku kelompok, yang dapat mengarah pada tindakan agresi. Ardis dkk. (2021) Faktor-faktor agresi verbal dapat terjadi karena adanya perilaku Fanatisme dalam diri individu (Ancok, 2011).

Menurut (Brooks, 2021) menyatakan bahwa fanatisme terhadap tokoh selebriti juga dikenal sebagai *celebrity worship*. Studi yang dilakukan oleh Ardis dkk. (2021), Budi & Widyaningsih. (2021), Eliani dkk. (2018) serta Nurpratami dkk. (2022) memberikan dukungan terhadap pernyataan bahwa *celebrity worship* dapat menjadi pemicu agresi verbal. Eliani dkk. (2018) menyatakan bahwa *celebrity worship* merupakan salah satu faktor utama yang mendorong perilaku agresi verbal di media sosial, dengan temuan penelitiannya menunjukkan bahwa *celebrity worship* berkontribusi sebesar 39% terhadap agresi verbal dalam konteks tersebut. Penelitian serupa oleh Nurpratami dkk. (2022) menemukan bahwa *celebrity worship* memiliki pengaruh sebesar 49,5% terhadap agresi verbal penggemar K-pop di media sosial. Fenomena *fanwar*, seperti yang diungkapkan oleh Lastriani. (2018) dapat dipicu oleh tingkat *celebrity worship* yang tinggi di kalangan penggemar, di mana mereka berusaha membela idolanya dan mencela idola yang lain. Budi & Widyaningsih. (2021) menunjukkan dalam penelitian mereka bahwa tingkat fanatisme dapat menyebabkan tingkat agresivitas yang tinggi pada pendukung sepak bola. Berdasarkan beberapa faktor yang telah disebutkan diatas, peneliti mengambil faktor religiusitas dan *celebrity worship* dalam penelitian ini.

RELIGIUSITAS

Menurut Suryadi & Hayat (2021) religiusitas merupakan tingkatan pada sejauh mana seseorang mempercayai ajaran agamanya (*belife*), sikap yang ditunjukkan terhadap ajaran agamanya (*attitudes*), serta keterlibatan dalam praktik upacara agamanya (*ritual practices*), interaksi vertikal dengan Allah, dan interaksi horizontal dengan sesama individu. Semua ini berfokus pada pencarian makna dalam kehidupan dan upaya mencapai kebahagiaan. Religiusitas juga dapat dijelaskan sebagai keyakinan pribadi untuk mematuhi prinsip-prinsip agama yang mereka anut dan mengimplementasikan dalam rutinitas sehari-hari melalui ibadah (Ain, 2020). Lebih lanjut, Ancok (2011) mendefinisikan

religiusitas sebagai keyakinan pribadi seseorang dalam menjalankan tindakan keagamaan dan tindakan lainnya yang dipicu oleh kekuatan supranatural. Selain itu, Jalaludin (2007) mengatakan religiusitas bisa dijelaskan sebagai kondisi di mana seseorang menghargai dan menghormati apa yang diberikan Tuhan dengan mematuhi perintah-Nya dan menghindari larangan-Nya, sehingga merasakan bahwa Tuhan adalah benar dan adil, membawa perasaan ketenangan dan kedamaian. Glock dan Stark (1996) mendefinisikan agama sebagai sistem yang menggabungkan simbol, keyakinan, nilai dan perilaku yang terstruktur dengan fokus utama pada pengalaman yang memiliki signifikansi mendalam dalam kehidupan. Religiusitas adalah keadaan individu yang memotivasi dan mengekspresikan dirinya dengan menerapkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Dari paparan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Religiusitas adalah tingkatan individu dalam keyakinan, sikap, dan keterlibatan dalam praktik agama, melibatkan interaksi dengan hal-hal supranatural, serta fokus pada pencarian makna, upaya mencapai kebahagiaan, penghargaan terhadap perintah Tuhan, dan implementasi ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan teori Glock and Stark (1988) menyebutkan ada 5 aspek yang dapat mempengaruhi religiusitas yaitu: 1) *Religious Belief (The Ideological Dimension)*, aspek ini dapat juga disebut sebagai keyakinan yang menjelaskan mengenai tingkatan keyakinan atau keimanan seseorang pada kebenaran mengenai agama, khususnya merujuk pada ajaran-ajaran agama yang sifatnya fundamental dan dogmatik. Misalnya keyakinan terhadap keberadaan Tuhan, malaikat, kitab, nabi, hari akhir, neraka surga dan lainnya. Meskipun diakui bahwa setiap agama memiliki seperangkat keyakinan yang berbeda dalam doktrinnya dari agama lain, bahkan dalam satu agama tertentu, terdapat variasi pemahaman yang seringkali kontradiktif. 2) *Religious Practice (The Ritualistic Dimension)*. Aspek ini menjelaskan mengenai seberapa patuh seseorang dalam menjalankan kegiatan-kegiatan ritual yang diperintahkan dalam agamanya. a. Ritual yaitu seseorang yang religius akan melaksanakan kegiatan keagamaan yang diperintahkan oleh agama yang diyakini dengan melaksanakan kegiatan tersebut sesuai dengan yang telah diajarkan. b. Ketaatan yaitu seseorang yang

secara batiniah mempunyai ketetapan untuk selalu menjalankan aturan yang telah ditetapkan dalam ajaran agamanya dengan cara meningkatkan ibadah. 3) *Religious Feeling*. Aspek ini menjelaskan mengenai seberapa jauh seseorang memiliki tingkat kepekaan dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan atau pengalaman-pengalaman religiusnya. Sebagai contoh, individu dapat merasakan kedekatan dengan Tuhan, merasa cemas akan dosa, atau merasa bahwa doanya diterima oleh Tuhan, dan sebagainya. 4) *Religious Knowledge (The Intellectual Dimension)*. Aspek ini menjelaskan mengenai tingkatan pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran agamanya, khususnya yang ada dalam kitab suci atau pedoman dari ajaran agamanya. Setidaknya seorang individu yang memegang keyakinan beragama harus memiliki pemahaman dasar mengenai keyakinan, upacara ibadah, kitab suci dan warisan tradisi agama tersebut. 5) *Religious Effect (The Consequential Dimensi)*. Dimensi ini merujuk pada tingkatan seseorang dalam berperilaku yang dimotivasi oleh ajaran agamanya dalam kehidupan sosial

CELEBRITY WORSHIP

Maltby dkk (2003) mengungkapkan bahwa *celebrity worship* adalah situasi di mana seseorang merasa terhubung secara nyata dengan selebriti mereka, yang sering disebut sebagai hubungan parasosial. Orang yang menunjukkan gejala *celebrity worship* akan menunjukkan kecenderungan obsesif terhadap selebriti atau idola mereka, yang kemudian membuat mereka sangat menyukai sosok tersebut. Seringkali, ini digambarkan dalam konteks tokoh publik atau selebriti yang mungkin tidak mengenal penggemarnya, tetapi penggemarnya yang memiliki pengetahuan tentang selebriti tersebut. Menurut Horton dan Wohl (1965), hubungan parasosial adalah hubungan satu arah yang terjadi antara selebriti dan penggemar melalui media. Penggemar merasa bahwa hubungan tersebut nyata dan tidak terbatas pada media. McCutcheon dkk. (2013) mendefinisikan *celebrity worship* dengan menggunakan teori absorption-addiction. Dalam konteks ini, absorption adalah keyakinan yang kuat bahwa seseorang memiliki hubungan khusus dengan idola mereka, yang mendorong mereka untuk memberikan perhatian lebih kepada

idola tersebut. Individu pada tahap ini mungkin mencari penggemar lain atau mencari informasi terbaru tentang idola mereka. Sedangkan addiction adalah ketidakmampuan individu untuk mengendalikan perilaku mereka demi memenuhi keinginan mereka dalam tahap absorption. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *celebrity worship* adalah bentuk pemujaan dari seseorang kepada satu selebriti atau lebih yang ditunjukkan dengan perilaku obsesi dan melibatkan hubungan parasosial terhadap selebriti yang diidolakannya.

Menurut McCutcheon dkk. (2013) terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi *celebrity worship* yaitu sebagai berikut : 1) *Entertainment-Social*, aspek *Entertainment-Social* adalah aspek terendah dalam *celebrity worship*, yang sering kali mencerminkan motivasi penggemar untuk aktif mencari informasi tentang idola mereka semata-mata untuk hiburan. Ini didasarkan pada ketertarikan terhadap karakteristik idola seperti sikap, bakat, perilaku, dan sebagainya. Selain itu, dalam aspek ini, individu sering berbicara dengan teman sebaya tentang idola yang mereka sukai. 2) *Intense-Personal Feeling*, aspek *Intense-Personal Feeling* adalah tingkatan tengah dalam *celebrity worship*. Pada tingkat ini, terdapat deskripsi perasaan yang terus-menerus dan sulit dikendalikan yang dimiliki oleh penggemar terhadap idola mereka. Mereka juga menunjukkan tingkat empati yang tinggi terhadap idola mereka, sehingga merasa memiliki hubungan khusus dan ikut merasakan apa yang dirasakan oleh idola mereka, baik dalam kebaikan maupun kesulitan. Penggemar cenderung ingin tahu segala hal yang berkaitan dengan idola mereka, termasuk kehidupan pribadi idola tersebut. 4) *Boderline Pathological*, *Boderline Pathological* adalah tingkatan tertinggi dalam *celebrity worship*. Di tingkat ini, penggemar bersedia melakukan apa saja untuk tetap terlibat dengan idola mereka, bahkan jika tindakan tersebut melanggar hukum. Pada tingkat ini, penggemar mulai membangun fantasi dan khayalan tentang memiliki hubungan dengan idola mereka. Mereka juga mengalami pemikiran yang tidak terkendali dan irasional. Pada tahap ini, tingkat intensitas hubungan parasosial dengan idola semakin meningkat dan menjadi lebih kuat ketika seseorang memuja dan terlibat dengan sosok idola tersebut.

Keterkaitan antar variable

Hubungan religiusitas dan agresi verbal

Nashori (2012) menyatakan bahwa mencerminkan upaya memperkuat keyakinan, mendalami pengetahuan, menjalankan ibadah dan mematuhi prinsip-prinsip agama serta menghargai agama yang dianut sebagai manifestasi dari religiusitas. Selain itu, dia juga berpendapat bahwa religiusitas adalah keselarasan antara individu dan keyakinan agama, termasuk dalam unsur-unsur kognitif, emosional, dan perilaku dalam konteks agama sebagai bagian dari dinamika psikologis. Semakin tinggi religiusitas seseorang maka keyakinan dan keterlibatan agama yang dianutnya akan semakin besar mempengaruhi tindakan yang dilakukannya. Tindakan yang dilakukan seseorang dapat berupa verbal dan non verbal. Dalam media sosial seseorang dapat melakukan tindakan yang dapat disebut agresi verbal. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hadad & Winata (2021) menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara religiusitas dan agresi verbal. Artinya, Semakin tinggi religiusitas maka agresi verbal semakin rendah, begitupun sebaliknya semakin rendah religiusitas maka semakin tinggi agresi verbal. Tindakan agresi verbal tersebut melanggar norma-norma sosial dan nilai-nilai agama. Seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi seharusnya dapat mengurangi perilaku agresi verbal tersebut, karena tindakan tersebut tidak sesuai dengan ajaran agama.

Pengaruh religiusitas dalam mengurangi agresi verbal di media sosial pada penggemar K-pop didasarkan pada adopsi nilai-nilai etika yang diajarkan dalam agama, seperti pengampunan, kesabaran, dan penghormatan terhadap sesama. Individu yang mempraktikkan nilai-nilai ini cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengatur emosi mereka ketika terlibat dalam diskusi kontroversial atau perbedaan pendapat di platform media sosial. Religiusitas juga dapat meningkatkan komitmen untuk berkomunikasi dengan cara yang sopan dan menghormati sudut pandang orang lain, sehingga mengurangi kecenderungan untuk menggunakan bahasa atau perilaku yang agresif atau merendahkan dalam interaksi online dengan sesama penggemar K-pop. Oleh karena itu, individu yang lebih

religius cenderung menghindari tindakan agresi verbal yang melanggar norma sosial dan nilai-nilai agama dalam interaksi online.

Hubungan *celebrity worship* dan agresi verbal

Menurut Mandas dkk (2019), *celebrity worship* adalah ekspresi rasa kagum dan penghormatan terhadap selebriti yang tidak rasional, sehingga dapat menyebabkan penggemar menjadi kecanduan. Penggemar yang terlibat dalam *celebrity worship* cenderung menunjukkan perilaku agresi. Mereka bersedia menunjukkan minat dan dukungan kepada idolanya dengan berbagai cara, bahkan terkadang terlibat dalam argumen dengan penggemar lain. Mereka merasa memiliki kewajiban untuk melindungi selebriti kesukaan mereka, sehingga jika ada rumor buruk tentang idolanya, mereka akan memberikan dukungan dan mungkin menggunakan kata-kata kasar terhadap orang yang berbeda pandangan.

Fenomena ini sering kali menyebabkan konflik antar penggemar di media sosial, yang juga dikenal sebagai agresi verbal. Penelitian yang dilakukan oleh Eliani dkk (2018) dengan Pengambilan data menggunakan aplikasi formulir *google (google form)* yang berisi instrumen penelitian, yang disebarakan melalui forum media sosial penggemar-idola K-pop. Penelitian tersebut membuktikan bahwa dari 915 responden penggemar K-pop 493 diantaranya melakukan agresi verbal di media sosial, sehingga dapat disimpulkan bahwa lebih dari 50% responden penggemar K-pop melakukan agresi verbal di media sosial. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara tingkat fanatisme penggemar K-pop dengan perilaku agresif verbal di media sosial. Semakin tinggi tingkat fanatisme yang dimiliki oleh penggemar, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk menunjukkan perilaku agresif verbal. Sebaliknya, semakin rendah tingkat fanatisme, semakin rendah pula kemungkinan perilaku agresif verbal yang ditunjukkan oleh penggemar K-pop di media sosial. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yoga dkk (2022) hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara

celebrity worship dan agresi verbal yang dapat diartikan bahwa terdapat hubungan positif antara tingkat *celebrity worship* dan perilaku agresi verbal, semakin tinggi tingkat *celebrity worship* semakin tinggi juga perilaku agresi verbal yang ditunjukkan, dan sebaliknya, semakin rendah tingkat *celebrity worship*, semakin rendah pula perilaku agresi verbal yang muncul.

Hubungan religiusitas dan *celebrity worship* dengan agresi verbal

Menurut Guswani (2011) terdapat berbagai faktor yang memiliki pengaruh terhadap perilaku agresi, seperti kedewasaan emosi, kemampuan pengendalian diri, tingkat religiusitas, kecerdasan emosional, dan dampak media. Willis (2012) juga mencatat bahwa terdapat faktor-faktor lain yang memicu kemunculan sikap agresi pada remaja, salah satunya adalah keteguhan iman yang kurang pada remaja. Seseorang yang mengalami penurunan dalam keyakinannya kemungkinan besar akan cenderung melakukan tindakan-tindakan yang bertentangan dengan ajaran agama. Agama mengandung ajaran moral yang dapat menjadi penentu moralitas tindakan individu, sehingga individu yang mampu menerapkan prinsip-prinsip agamanya dalam kehidupan sehari-hari memiliki kemampuan untuk mengurangi perilaku agresinya.

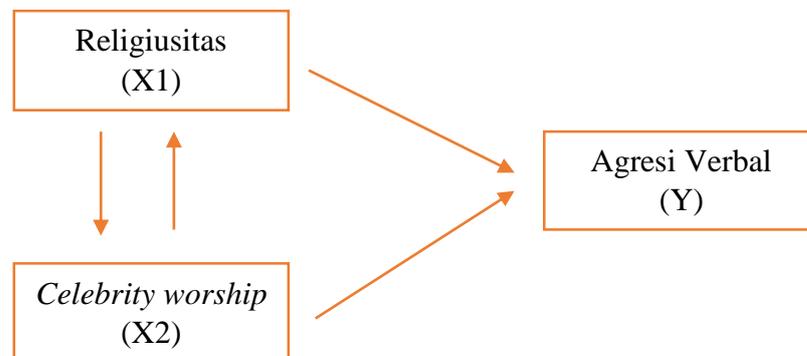
Agresi verbal juga dapat terjadi di media sosial di kalangan para penggemar K-pop. *Celebrity worship* merupakan julukan untuk mereka yang berlebihan dalam mengidolakan seseorang secara kelompok maupun individual. Agresi verbal merupakan hasil dari berbagai faktor, termasuk faktor internal, faktor eksternal, dan faktor situasional, sebagaimana dikemukakan oleh Baron dan Dik (2005). Tindakan verbal yang menyerang baik yang dilakukan oleh individu maupun kelompok, dapat dipicu oleh perbedaan pendapat, konflik antara kelompok, atau bahkan oleh reaksi individu terhadap stimulus negatif yang mengakibatkan munculnya perilaku agresi verbal sebagai upaya perlindungan diri. Dari hal-hal tersebut dapat menunjukkan bahwa religiusitas dan *celebrity worship* dapat mempengaruhi agresi verbal. Individu dengan religiusitas yang tinggi cenderung lebih menunjukkan kecintaan kepada Tuhan daripada selebriti, dan lebih mungkin untuk memiliki role model yang berkaitan dengan agama

mereka, seperti nabi Muhammad SAW atau para ulama. Namun, jika individu tidak memiliki identitas diri yang kuat dan keterampilan sosial yang kuat, mereka lebih rentan terhadap perilaku *celebrity worship* yang berlebihan, yang dapat memicu agresi verbal

Kerangka berpikir

Dari hal yang telah disampaikan diatas maka kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut

Hipotesis



1. Hipotesis mayor

Ada hubungan antara religiusitas dan *celebrity worship* dengan agresi verbal di media sosial pada penggemar K-pop

2. Hipotesis minor

- a. ada hubungan negatif antara religiusitas dengan agresi verbal di media sosial pada penggemar K-pop
- b. ada hubungan positif antara *celebrity worship* dengan agresi verbal di media sosial pada penggemar K-pop