

PENDAHULUAN

Sosial media dalam perkembangannya memberikan dampak besar dalam penyebaran budaya Korea atau populer dengan sebutan “*Korean Wave*” di dunia global termasuk Indonesia. Salah satu produk yang paling digemari adalah musik pop Korea yakni *K-Pop*. Terbukti oleh data dari *The Korean Foundation* pada tahun 2022 yang dilakukan di 118 negara termasuk Indonesia. Hasil survei tersebut menunjukkan peningkatan jumlah penggemar K-pop yang saat ini mencapai 156,6 juta (Liputan6, 2022).

Penggemar didefinisikan sebagai seseorang dengan keyakinan emosional mengenai seseorang lainnya atau sesuatu yang terkenal (Duffet, 2013). Melalui media sosial, penggemar akan lebih produktif dan terlibat secara intens sehingga membentuk interaksi sosial yang positif. Jenkins (2006) berpendapat bahwa umumnya interaksi sosial oleh penggemar dikelompokkan menjadi empat kategori, antara lain (1) *Affiliations*, penggemar mengikuti atau bergabung dalam sebuah komunitas (*online*), (2) *Expression*, penggemar menuangkan kreativitas ide dalam bentuk produksi karya baru, contohnya *fan fiction*, *fanmade* dan sebagainya, (3) *collaborative problem solving*, penggemar saling bekerja sama untuk membangun dan mengembangkan sesuatu dalam komunitasnya, (4) *Circulations*, penggemar menggunakan media sosial untuk membentuk aliran informasi seperti himbuan proyek yang sedang dijalankan agar meningkatkan *engagement*.

Pada kenyataannya tidak semua interaksi penggemar di media sosial bersifat positif, kerap kali ditemukan interaksi yang berujung pada hal-hal negatif seperti

perilaku *cyberbullying*. Para pelaku *cyberbullying* di media sosial seringkali menganggap remeh tindakannya dengan dalih ramah dan menggoda serta menganggap korban yang terlalu sensitif (Scott, 2019). Berdasarkan data dari Broadband Search (2023) terdapat beberapa media sosial yang diketahui terindikasi *cyberbullying* secara global di tahun 2023 diantaranya pertama adalah media sosial instagram yang paling banyak menyumbang data *cyberbullying* yakni sebesar 42%, selanjutnya disusul oleh facebook sebesar 37%, Snapchat 31%, whatsapp sebesar 12%, youtube sebesar 10% dan terakhir media sosial aplikasi X 9%. Bentuk *cyberbullying* yang paling sering terjadi diantaranya adalah menyebarkan informasi pribadi korban (*outing*), mengunggah komentar melecehkan (*harassing*), menghina secara berulang (*flaming*), membagikan informasi palsu (*false rumors*), mengirimkan pesan dan foto tanpa sensor, dan terakhir adalah menguntit (*cyberstalking*).

Di Indonesia, media sosial X menjadi *platform* pilihan bagi penggemar K-Pop untuk saling berinteraksi, karena dinilai lebih fleksibel dan bersifat interaktif terlebih dengan fitur khususnya yaitu *trending topic*, yang membantu kelompok penggemar untuk menaikkan *engagement* idolanya (Highfield, dkk, 2013). Hal ini selaras dengan hasil survei oleh Unique Authors (Cnnindonesia.com, 2022) menjelaskan bahwa terdapat 7,5 miliar pembahasan di aplikasi X mengenai K-Pop yang berasal dari Indonesia. Hasil survei tersebut memberikan gambaran bahwa melalui media sosial aplikasi X, penggemar K-Pop dapat saling berekspresi dan berkomunikasi (Bylin, 2009).

Fenomena *cyberbullying* antar penggemar K-Pop yang sempat *trending* di media sosial X pada Mei 2022 yaitu pertengkaran antar penggemar dengan saling

menghina satu sama lainnya hingga menimbulkan ancaman kepada korban (Kumparan.com, 2022). Fenomena *cyberbullying* serupa juga terjadi di aplikasi X salah satunya peretasan akun sosial media dengan menyebarkan identitas yang menyebabkan korban mengalami depresi dan dilarikan ke rumah sakit (K-Popchart, 2022).

Menariknya fenomena *cyberbullying* di atas mendorong peneliti untuk melakukan observasi awal pada media sosial X sepanjang bulan Juli hingga Agustus 2022. Dari observasi tersebut peneliti menemukan fenomena negatif yang mengarah pada tindakan *cyberbullying* yang dilakukan antar kelompok penggemar yaitu *fanwar*. *Fanwar* yang terjadi kerap diawali dengan saling menghina dan menjelekkan antar idola yang kemudian berujung ke ranah pribadi seperti saling menjatuhkan antar penggemar pengguna aplikasi X. Tindakan negatif yang dilakukan antar kelompok penggemar ini diklaim sebagai bentuk kecintaan penggemar pada idolanya.

Peneliti juga melakukan wawancara awal dengan beberapa penggemar K-Pop pada tanggal 16-18 oktober 2022. Hasilnya, tiga dari lima remaja penggemar K-pop yang diwawancarai mengaku pernah memberikan komentar negatif berupa penghinaan dan cacian kepada artis K-pop lain yang kemudian berujung ikut menghina pengguna aplikasi X lainnya pada ranah pribadi. Hinaan yang dilontarkan antara lain "*muka lo sama kayak idol lo tu sama sama mirip kayak an**ng, jauh-jauh deh lo dari sini, bukan tempat lo dan idol jelek lo itu*", "*idol modal lipsync doang bangga!, eh pantes sih bangga suara aslinya pasti jelek bat kek lu fansnya yang cuma tau bac*t doang*". Wawancara awal tersebut menunjukkan keselarasan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aviningtyas dan Lindawati (2019) bahwa penggemar

kerap saling memancing pertikaian dengan lebih banyak mengunggah komentar kasar yang bersifat negatif pada akun media sosial X mereka. Perilaku yang telah dijelaskan mengarah ke perilaku *cyberbullying*.

Smith, dkk (2008) mengkonseptualisasikan bahwa *cyberbullying* merupakan tindakan agresif yang disengaja oleh suatu kelompok atau individu melalui media elektronik yang dilakukan secara berulang dari waktu ke waktu terhadap korban yang lemah (tidak dapat dengan mudah membela dirinya sendiri). Definisi lain mengenai *cyberbullying* juga dikemukakan oleh Willard (2007) yaitu tindakan mengirim atau mengunggah materi yang berbahaya atau melakukan agresi sosial seperti menghina dengan menggunakan internet. Serupa dengan Chalk, Brenna & Reed (2018) yang juga mendefinisikan *cyberbullying* sebagai tindakan menyakiti orang lain dengan menggunakan teknologi melalui pesan teks di jejaring sosial, termasuk mengirim komentar yang bersifat melecehkan, memalukan, meremehkan atau bahkan mengancam orang lain secara *online*.

Willard (2007) menjabarkan delapan bentuk aktivitas *cyberbullying* antara lain, *flaming* (pertengkaran secara *online* dengan mengirimkan pesan amarah), *harassment* (mengirimkan pesan bersifat kasar dan menyinggung), *denigration* (memposting berita palsu atau *hoax*), *impersonation* (menyamarkan sebagai orang lain dengan tujuan untuk merusak reputasi orang tersebut), *outing and trickery* (menipu atau menghasut orang lain untuk menyebarkan informasi pribadi seseorang), *exclusion* (mengeluarkan seseorang dari sebuah grup secara sengaja), dan *cyberstalking* (tindakan mengancam atau mengintimidasi seseorang).

Sejauh ini, *cyberbullying* dapat dengan mudah terjadi karena pelaku *cyberbullying* merasa aman sebab adanya unsur anonimitas atau bersembunyi dibalik akun yang belum tentu menggunakan identitas aslinya (Ningrum, 2019). Sehingga, *cyberbullying* kerap kali menimbulkan dampak negatif pada korbannya. Navarro, Yubero & Larranaga (2016) mengungkapkan beberapa dampak yang dialami oleh korban *cyberbullying* antara lain, dampak fisik yaitu mengalami sakit kepala hingga gangguan tidur, kemudian dampak psikologis dan emosional yaitu merasakan takut, cemas hingga merasakan gejala depresi yang akhirnya berdampak pada psikososial korban contohnya mengalami penurunan tingkat konsentrasi atau nilai akademik. Lebih lanjut dijelaskan oleh Bottino, dkk (2015) dalam penelitiannya menyatakan sebanyak 68,5% remaja korban *cyberbullying* mengalami beberapa emosi negatif seperti kemarahan, kesal, khawatir, stres, ketakutan dan perasaan depresi. Adapun Elgar, dkk (2014) juga menemukan bahwa korban *cyberbullying* berhubungan dengan kepuasan hidup, kesejahteraan emosional dan perilaku sosial. Dampak negatif lainnya yang disebabkan oleh *cyberbullying* disampaikan oleh Willard (2011) bahwa *cyberbullying* dapat menimbulkan turunnya kepercayaan diri, depresi, kemarahan, kegagalan di sekolah, dan di beberapa kasus yang tragis dapat berdampak pada menyakiti diri sendiri atau bunuh diri. Selain korban, gambaran resiko bunuh diri ternyata juga dapat dialami oleh pelaku *cyberbullying* meskipun tidak sebanyak kasus bunuh diri yang dialami oleh korban (Patchin, 2010). Selaras dengan survey penelitian (Bonanno & Hymel, 2013) remaja yang menjadi korban *cyberbullying* lebih beresiko melakukan usaha-usaha bunuh diri dan mengalami gejala depresi.

Cyberbullying dalam perkembangan sangat rentan terjadi pada usia remaja, hal ini sejalan dengan penggunaan *smartphone* yang sudah menjadi sebuah kebutuhan (Jalal, 2021). Selain penggunaan *smartphone*, secara teoritis terdapat banyak faktor yang dapat menjadi prediktor munculnya perilaku *cyberbullying*, beberapa diantaranya (1) keterbukaan diri (*self-disclosure*), berdasarkan penelitian Yesilyurt, dkk (2021) menyimpulkan jika tingkat keterbukaan remaja di ranah *online* dapat memicu peningkatan tindak *cyberbullying* pada remaja. (2) Kesepian (*loneliness*), penelitian Al Qudah, dkk (2019) mengatakan bahwa *cyberbullying* dapat terjadi karena didasari oleh rasa kesepian psikologis individu. (3) Harga diri (*self-esteem*), Kowalski, McCord & Limber (2019) mengatakan bahwa individu dengan harga diri rendah dapat dengan mudah terpicu dan melakukan tindakan *cyberbullying*. (4) *Dark triad personality*, ketiga serangkaian kepribadian tersebut berperan positif dalam meningkatkan perilaku *cyberbullying* pada remaja (Safaria, dkk, 2020).

Selain itu, pada kenyataannya fanatisme juga turut andil sebagai faktor yang dapat memunculkan perilaku *cyberbullying*. Sebagaimana yang disampaikan oleh Kartono (2013) bahwa fanatisme termasuk dalam faktor internal yang menjadi sumber daya penting dalam merangsang timbulnya tingkah laku tertentu yang menjurus pada kriminalitas seorang remaja. Hal ini dikarenakan remaja belum mampu mengendalikan insting dan dorongan- dorongan primitifnya sehingga menyalurkannya ke dalam perbuatan yang tidak bermanfaat seperti *cyberbullying*. Pan (2021) menjelaskan bahwa seorang penggemar erat kaitannya dengan perilaku fanatik, terlebih sampai membawa dampak buruk bagi orang lain. Pada beberapa kasus,

penggemar fanatik ini bahkan dapat mengancam kesehatan mental idolanya dengan menguntit secara sengaja dan terang-terangan.

Fanatisme didefinisikan sebagai bentuk pengabdian individu yang luar biasa pada sebuah objek, arti pengabdian dalam hal ini berkaitan dengan gairah, keintiman dan dedikasi yang luar biasa. Objek yang dimaksud dapat mengacu pada sebuah merek, produk, individu, acara televisi atau kegiatan konsumsi lainnya (Chung, Beverland, & Farelly, 2008). Seregina, Koivisto, dan Mattila (2011) juga mendefinisikan fanatisme sebagai sebuah fenomena sosial yang sangat berpengaruh terhadap hubungan yang terjadi pada diri individu dalam menciptakan keyakinan dan pemahaman berupa hubungan, kesetiaan, pengabdian, kecintaan, dan sebagainya. Pendapat lain menurut Marimaa (2011) memaparkan bahwa perilaku fanatisme ditunjukkan dengan adanya perasaan antusiasme, cinta dan keterikatan emosi yang berlebihan dengan idola.

Seseorang yang fanatik memiliki pemahaman mutlak bahwa yang mereka lakukan adalah benar dan mereka cenderung menyingkirkan fakta-fakta yang ada (Cassorla, 2019). Seringkali mereka yang fanatik memiliki kondisi psikis dimana mereka tidak mengetahui bahwa dirinya adalah seorang yang fanatik (Townsend, dkk, 2023). Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian oleh Chandra (2011) menunjukkan bahwa sifat fanatik cenderung kurang memperhatikan kesadaran sehingga seringkali perilaku yang ditunjukkan kurang terkontrol dan tidak rasional. Keyakinan dan keterikatan pada idola tersebut menjadi kunci utama seseorang berperilaku fanatik (Taylor, 1991). Oleh karena itu perilaku fanatisme cenderung akan muncul pada kelompok penggemar K-Pop dan berdampak pada individu dalam kelompok penggemar tersebut.

Marimaa (2011) mengungkapkan bahwa terdapat lima karakteristik dari fanatisme antara lain, memiliki keyakinan teguh dari pemahaman yang tak tergoyahkan, memaksakan keyakinannya pada orang lain, memiliki pandangan dunia yang dualistik, pengabdian diri pada suatu tujuan, serta pengabdian yang dilakukan lebih penting daripada objek yang diabdikan. Eliani, Yuniardi, dan Masturah (2018) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa fanatisme memiliki hubungan yang positif dengan tindakan seseorang untuk berperilaku agresif secara verbal di media sosial seperti *cyberbullying*.

Rasa keterhubungan fans dengan idola bagi individu yang fanatik tersebut, ternyata dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah ketertarikan, empati, kerinduan, rasa memiliki dan emulasi (Redmood (2016). Pada penelitian ini penulis berfokus untuk mengukur peran empati sebagai keterampilan yang dapat mendorong individu dalam meminimalkan terjadinya konflik seperti fanatisme. Baron dan Bryne (2005) menjelaskan empati merupakan kemampuan individu dalam merasakan keadaan emosional orang lain, merasa simpati dan mencoba menyelesaikan masalah serta mengambil perspektif orang lain. Davis (1980) mendefinisikan empati sebagai sebuah reaksi seseorang terhadap pengalaman orang lain yang terdiri dari dua respon, meliputi kognitif (kemampuan atau kecenderungan untuk memahami perspektif orang lain) dan reaksi emosional.

Definisi lain empati menurut Sarwono dan Meinarno (2014) adalah respons yang kompleks, meliputi komponen afektif dan kognitif. Artinya dengan adanya komponen afektif, berarti seseorang dapat merasakan apa yang orang lain rasakan, sedangkan komponen kognitif berperan untuk memahami apa yang orang lain

rasakan beserta alasannya. Dari pemaparan definisi tersebut maka dapat disimpulkan, jika individu memiliki rasa empati terhadap sesamanya, maka mereka tidak akan melakukan hal yang akan menyebabkan kerugian pada sesamanya, sebagaimana perilaku fanatisme yang dapat berujung dengan tindakan *cyberbullying*.

Davis (1980) menyebutkan bahwa empati terdiri dari empat aspek, antara lain *perspective taking*, *fantasy*, *empathic concern*, dan *personal distress*. Kehadiran empati ini memegang peran penting pada kemampuan individu dalam memahami, menghargai serta menunjukkan toleransi terhadap sudut pandang orang lain (Gordon, dkk, 2014). Individu yang berempati akan berusaha memahami alasan di balik perilaku atau keyakinan orang lain, meskipun jika mereka tidak setuju. Mereka tidak akan memaksakan keyakinannya kepada orang lain sebagaimana seseorang yang fanatik.

Melalui empati, individu dapat terhubung dengan orang lain seperti halnya membantu individu dalam merespon atau menanggapi orang lain dengan penuh perhatian serta mendukung satu sama lain. Pembahasan lebih jauh mengenai empati, baik secara kognitif dan afektif empati erat kaitannya sebagai faktor prediktor munculnya tindakan *cyberbullying* (Rey, dkk, 2016). Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Ang dan Goh (2010) yang menjelaskan bahwa individu dengan empati kognitif yang rendah cenderung memiliki keterlibatan lebih banyak untuk berperilaku *cyberbullying* dibandingkan mereka yang memiliki empati kognitif yang tinggi. Primasari dan Suminar (2019) dalam penelitiannya juga turut menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara empati dan *cyberbullying*, artinya semakin tinggi empati yang dimiliki seorang remaja tersebut maka perilaku *cyberbullying*-nya semakin rendah. Sedangkan dalam penelitian (Mehari, dkk, 2023) menunjukkan hasil

bahwa empati afektif diketahui bukan sebagai prediktor munculnya perilaku *cyberbullying* pada individu. Namun dijelaskan lebih lanjut dalam penelitian tersebut bahwa peningkatan empati kognitif dapat menjadi strategi pencegahan *cyberbullying* pada individu, terutama pada rentang usia remaja.

Setelah membandingkan dan melihat penelitian mengenai *cyberbullying* yang telah dilakukan sebelumnya, yang mana masih banyak dikaitkan dengan kecerdasan emosional, regulasi emosi, dan kontrol diri seorang remaja (Alfaruqy, 2023; Intishar & Nugrahawati, 2023; Kristiawan & Soetjningsih, 2023). Adapun penelitian lain yang menjelaskan mengenai peranan fanatisme dan empati terhadap kecenderungan perilaku *cyberbullying*, namun penelitian tersebut dilakukan secara terpisah sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Rey, dkk., 2016; Taniyo & Safaria, 2020. Sedangkan, pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran fanatisme terhadap perilaku *cyberbullying* dan peran empati sebagai variabel moderator antara hubungan fanatisme dan perilaku *cyberbullying*. Adanya sisi orisinalitas tersebut, maka peneliti berasumsi, penelitian ini dapat berkontribusi terhadap pengembangan keilmuan, terkhusus di bidang Ilmu Psikologi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan panduan edukasi kepada remaja penggemar K-Pop agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial, terutama pada media sosial X.

Adapun penelitian ini terdiri dari hipotesis mayor dan minor. Hipotesis mayor penelitian ini yaitu empati dapat menjadi moderator penting bagi hubungan fanatisme terhadap perilaku *cyberbullying* pada remaja penggemar K-Pop. Artinya, empati sebagai moderator mampu melemahkan atau memperkuat fanatisme penggemar K-Pop terhadap perilaku *cyberbullying*. Hipotesis minor penelitian ini yang pertama

adalah adanya peran positif fanatisme terhadap perilaku *cyberbullying* pada remaja penggemar K-Pop, artinya semakin tinggi fanatisme remaja K-pop tersebut, maka semakin tinggi pula kecenderungannya dalam melakukan *cyberbullying*. Hipotesis minor kedua adalah adanya peran negatif empati terhadap perilaku *cyberbullying* pada remaja K-Pop. Artinya, remaja yang memiliki empati tinggi akan menghindarkan dirinya dalam melakukan perilaku *cyberbullying*.