

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Arus globalisasi yang makin meluas di seluruh dunia memiliki dampak yang besar bagi setiap negara. Salah satunya adalah Korea Selatan yang mengenalkan *Hallyu* atau *Korean wave* dengan drama dan jenis musik mereka yaitu *Kpop* atau *Korean Pop*. Korean wave sendiri bisa dibilang menawarkan konten *entertaining* yang lengkap, seperti drama, film, musik, bahkan fashion dan makanan. Dari tahun ketahun, demam *Korean Wave* ini semakin diminati masyarakat dunia, seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat.

Besarnya animo masyarakat terhadap *Korean Wave* ini dimulai ketika stasiun televisi lokal gencar menayangkan drama dari Korea Selatan. Rating yang tinggi dan antusiasme masyarakat yang besar membuat stasiun televisi terus menayangkan judul-judul baru setiap bulan, apalagi sekarang masyarakat dimudahkan dengan layanan *streaming online*. Dari drama, tren inipun merambah ke musik *Kpop*. *Soundtrack-soundtrack* drama dengan lagu yang mudah diingat menjadikan masyarakat mencari tahu lebih banyak mengenai musik *Kpop*.

Musik *Kpop* identik dengan sekelompok perempuan atau laki-laki yang berada disuatu naungan manajemen, biasa disebut *boyband* atau *girlband* (Nugraini dalam Eliani dkk, 2018). *Boyband* dan *Girlband* ini terlihat menonjol karena fisiknya yang tampan atau cantik, serta umumnya memiliki jumlah personel yang banyak sehingga penggemar lebih variatif memilih idolanya. Ditambah musik yang aktif disertai *dance* yang kompak dipadu dengan *wardrobe* yang berkonsep pun menjadikan musik *Kpop* makin diminati.

Boyband dan *girlband* ini memiliki basis penggemar yang begitu banyak dan merata di Korea maupun di luar Korea. Penggemar-penggemar ini sering disebut *fandom*. *Fandom* adalah sekumpulan orang yang memiliki ketertarikan dan kekaguman yang sama terhadap seorang idola atau publik figur. Para penggemar yang loyal ini dengan sukarela meluangkan waktunya untuk menterjemahkan video-video berbahasa Korea ke bahasa Inggris dan bahasa lainnya. Para penggemar ini biasa disebut *fans subber*.

Orang-orang diluar negara Korea Selatan yang tadinya tidak tertarik pada musik *Kpop* akhirnya mulai tertarik karena adanya *fans subber* ini, karena tidak ada halangan bahasa lagi. Hal inilah yang akhirnya musik *Kpop* bisa dinikmati oleh orang-orang dari berbagai negara, sehingga demam *Korean Wave* makin meluas di seluruh dunia. Untuk membedakan penggemar berdasarkan grup idolanya maka *fandom-fandom* ini mempunyai nama-nama khusus pemberian dari idola mereka, misalnya BTS menamakan kelompok penggemarnya ARMY, EXO menamakan kelompok penggemarnya EXO-L, Shinee menamakan kelompok penggemarnya Shawol, dan masih banyak lagi.

Terus meluasnya penggemar musik *Kpop* di seluruh dunia memicu industri *Kpop* untuk terus memproduksi idola-idola baru, dengan ini makin sengitlah persaingan antar idola. Tidak hanya idola, penggemar pun sibuk untuk terus memberikan dukungannya kepada idola mereka dengan berlomba-lomba untuk menjadikan idolanya nomor satu, baik dalam chart musik, penghargaan, dan sebagainya. Akibatnya, sering terjadi konflik antar *fandom*.

Para penggemar mengklaim idolanya adalah yang terbaik, dan pada akhirnya malah berujung membanding-bandingkan idola mereka. Inilah yang terkadang berujung pada perselisihan, biasanya ditandai dengan saling sindir, mengejek, hingga berujung pada *fanwar*. *Fanwar* sendiri adalah situasi perang kata-kata yang terjadi di media sosial antara suatu *fandom* dengan *fandom* lainnya dengan tujuan untuk membela idolanya. Hal ini dapat dikategorikan sebagai agresivitas verbal.

Perilaku agresi verbal adalah suatu perilaku yang dilakukan dengan niat untuk menyakiti, mengancam atau membahayakan orang lain atau objek yang menjadi sasaran, dapat melalui perkataan langsung atau tidak langsung. Seperti menghina, menolak bicara, menyebar fitnah dan tidak memberi dukungan (Buss dalam Dayakisni & Hudaniah, 2009).

Fanwar ini biasanya terjadi di sosial media, dengan skala yang lebih besar karena tidak hanya penggemar dari Korea Selatan, namun penggemar dari negara lain pun ikut terlibat. Terlibat dalam *fanwar* artinya seseorang secara aktif melakukan perang kata-kata di media sosial dalam kurun waktu tertentu. Aktivitas *fanwar* ini sangat tidak sehat, dilihat dari kesalahan penggemar dalam menunjukkan dukungan kepada idola.

Mengidolakan dan mendukung idola yang seharusnya menyenangkan malah menimbulkan perilaku agresivitas, sehingga menimbulkan efek negatif baik ke diri sendiri maupun kepada orang lain. Tindakan dalam mendukung idola ini diduga efek fanatisme yang menyebabkan menguatnya perilaku kelompok yang menimbulkan perilaku agresif (Ancok & Suroso, 2011).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2019), fanatisme ialah kepercayaan yang sangat kuat terhadap suatu ajaran tertentu, seperti agama, politik, dan sebagainya. Fanatisme adalah suatu keyakinan yang membuat seseorang kehilangan kendali atas dirinya hingga melakukan apa saja demi mempertahankan keyakinan yang dipercayainya (Goddard, dalam Eliani dkk, 2018). Inilah alasan kenapa penggemar mau melakukan apapun untuk mendukung idolanya.

Beberapa bentuk fanatisme yang mengakibatkan agresivitas verbal diantaranya diakibatkan oleh persaingan pada saat *voting*. Semua *fandom* berlomba-lomba memberikan *voting* agar idolanya menang. Akibatnya, persaingan antar *fandom* menjadi sangat ketat, sehingga hal ini sering memicu *fanwar* di kalangan penggemar. Banyak sekali kasus seperti

ini, seperti perselisihan penggemar SNSD dengan penggemar 2NE1 pada tahun 2011, para penggemar terlibat *fanwar* selama voting berlangsung (Mafrucha, 2018).

Fanwar juga terkadang dipicu oleh persaingan jumlah *viewers* di *Youtube*, seperti terjadi pada tahun 2019 lalu. Penggemar BTS mengklaim bahwa penggemar Blackpink melakukan kecurangan sehingga *viewers* pada video musik Blackpink lebih banyak di banding video musik BTS. Hal ini menimbulkan keributan di antara kedua *fandom* sehingga terjadi *fanwar* (Aipassa, 2019).

Dari kasus-kasus ini terlihat bahwa para penggemar ini berniat untuk mendukung idolanya agar idolanya menjadi berprestasi dengan memenangkan penghargaan dan pengakuan. Namun yang terjadi malah aksi sikut-sikutan antar penggemar dengan mengklaim bahwa idolanya adalah yang terbaik. Bentuk fanatisme yang ekstrim ini tentunya benar-benar mengkhawatirkan. Bukan hanya mengganggu aktivitas, *fanwar* juga merupakan kegiatan yang tidak bermanfaat dan membuang-buang waktu (Lastriani, 2018). Hal ini membuktikan bahwa fanatisme yang berlebihan bisa berdampak negatif.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Eliani dkk pada tahun 2018 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara fanatisme dengan perilaku agresif verbal di media sosial. Dimana semakin tinggi tingkat fanatisme yang di miliki oleh seseorang maka akan semakin tinggi pula perilaku agresif verbalnya. Hal ini pun didukung karena para penggemar Kpop kebanyakan adalah pengguna media sosial secara aktif (Nugraini dalam Eliani dkk, 2018).

Koneksi yang erat antara penggemar dan idola yang dihubungkan dengan komunitas penggemar yaitu *fandom*, membuat kebanyakan penggemar mengidentifikasi identitas pribadi mereka dengan identitas sebagai penggemar. Sehingga apabila idola menjadi yang terbaik maka penggemar merasa seolah-olah ikut menjadi yang terbaik (Yoon dalam Lastriani, 2016). Maka dari itu, kebersamaan antar penggemar ini menjadikan identitas sebagai penggemar adalah selaras dengan identitas pribadi mereka (Lastriani, 2016).

Kebiasaan dalam membedakan identitas pribadi ini menimbulkan perasaan mencintai diri secara berlebihan, karena akibat dari kesenangan yang dirasakan ketika menjadi seorang penggemar dan kebersamaan yang dirasakan dengan penggemar lainnya. Sehingga pada akhirnya orang tersebut akan mengalami kecenderungan narsistik kelompok.

Menurut Baron & Byrne (2016), perilaku agresif verbal disebabkan salah satunya oleh kecenderungan narsistik. Orang dengan kecenderungan narsistik yang tinggi memegang keyakinan yang berlebihan terhadap kelebihan dan keberhasilan diri sendiri. Jika ada orang lain yang tidak sesuai dengan opini mereka atau menentang keyakinan mereka maka hal tersebut dianggap sebagai ancaman dan penghinaan, sehingga memunculkan agresi yang tinggi.

Istilah narsistik berasal dari nama Narcissus dalam mitologi Yunani. Ia jatuh cinta kepada bayangannya sendiri. Davison, Neale & Kring (2014) menyatakan bahwa narsisme biasa dicirikan dengan pandangan yang berlebihan terhadap diri sendiri dan kebutuhan untuk diperhatikan yang sangat besar. Kemampuan interpersonal yang buruk menyebabkan kurangnya empati, perasaan iri dan arogansi. Mereka pun biasanya sangat sensitif terhadap kritik dan sangat takut akan kegagalan.

Narsisme individu bisa diturunkan menjadi narsisme kelompok, alasannya narsisme pada tingkat ini menjangkiti sekumpulan orang sekaligus. Narsisme kelompok ini pada indikator dan gejalanya hampir mirip dengan narsisme individu. Bedanya, narsisme kelompok lebih menekankan pada kecintaan berlebih pada tingkat kelompok. Identitas “aku” berubah menjadi “kelompokku”, ada rasa memiliki identitas dan ego yang sama di dalam kelompok tersebut.

Menurut Erich Fromm (2004), salah satu unsur penting dalam narsisme kelompok adalah pemimpin. *Fandom* sendiri didirikan oleh idola dengan harapan bisa lebih dekat dengan penggemarnya. Mereka membuat nama *fandomnya* sendiri, membuat logo,

menentukan warna *official*, dan lain sebagainya. Oleh karena itu bisa dikatakan bahwa sosok idola itu sendiri sebagai pemimpin dalam sebuah *fandom*.

Narsisme kelompok memberikan gambaran yang berlebihan mengenai kelompoknya. Gambaran ini menuntut validasi dan pengakuan dari orang lain. Mereka sensitif terhadap kritikan dari orang lain serta menganggap kritikan tersebut membahayakan dan meragukan keunggulan dari kelompok mereka. Orang-orang yang memiliki kecenderungan narsisme kelompok akan merespon secara agresif, sehingga permusuhan dan agresi antar kelompok terjadi (Golec de Zapala, 2009).

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Agnieszka Golec de Zapala pada tahun 2011 mengenai narsisme kelompok, menegaskan bahwa seseorang yang memiliki kecenderungan narsisme kelompok memiliki tendensi untuk melakukan perilaku agresif kepada orang yang berada di luar kelompoknya. Biasanya hal ini terjadi apabila mereka di kritik dan merasa harga dirinya terancam.

Fenomena ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai agresivitas verbal di antara penggemar, dimana banyak dari mereka sering melakukan hal-hal yang berlebihan demi idolanya, sampai bisa memunculkan perilaku agresif. Perlunya penelitian lebih lanjut mengenai perilaku agresif ini karena dengan kemajuan teknologi yang ada sekarang ini, perilaku agresif ini makin marak terjadi. Parahnya, jika dibiarkan perilaku agresif verbal ini akan menjadi *cyberbullying*. Selain itu, hal ini pun akan mempengaruhi keadaan psikologis dari pelakunya, karena para penggemar yang notabene berada di usia remaja dan dewasa awal adalah usia produktif yang seharusnya tidak dihabiskan dengan tindakan yang sia-sia.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh fanatisme terhadap agresivitas verbal pada anggota komunitas penggemar ARMY Karawang?
2. Apakah ada pengaruh kecenderungan narsisme kelompok terhadap agresivitas verbal pada anggota komunitas penggemar ARMY Karawang?
3. Apakah ada pengaruh fanatisme dan kecenderungan narsisme kelompok terhadap agresivitas verbal di media sosial pada anggota komunitas penggemar ARMY Karawang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui adanya pengaruh fanatisme terhadap agresivitas verbal pada anggota komunitas penggemar ARMY Karawang
2. Mengetahui adanya pengaruh kecenderungan narsisme kelompok pada anggota komunitas penggemar ARMY Karawang
3. Mengetahui adanya pengaruh fanatisme dan kecenderungan narsisme kelompok terhadap agresivitas verbal di media sosial pada anggota komunitas penggemar ARMY Karawang

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Memberikan sumbangan pengetahuan terhadap penelitian psikologi mengenai fanatisme
- b. Memberikan sumbangan pengetahuan terhadap penelitian psikologi mengenai narsisme kelompok

- c. Memberikan sumbangan pengetahuan dalam khazanah ilmu pengetahuan, yaitu mengenai pengaruh fanatisme dan kecenderungan narsisme kelompok terhadap agresivitas verbal di media sosial pada anggota komunitas penggemar ARMY

Karawang

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan fanatisme, narsisme kelompok dan agresivitas verbal di media sosial. Serta meningkatkan kesadaran bahwa kesalahan dalam menunjukkan dukungan pada idola bisa menimbulkan perilaku agresif.

