

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

A. Latar Belakang

K-Pop atau Korean Pop merupakan *subgenre* musik pop yang berasal dari Korea Selatan. K-Pop merupakan salah satu bagian dari Korean Wave atau yang biasa disebut *hallyu*, istilah yang mengacu pada popularitas pop Korea dan acara TV, musik, dan film Korea di seluruh Asia dan bagian lain dunia. Ainslie, Lipura, dan Lim (2017), menyatakan bahwa *hallyu* telah menjadi budaya populer yang dikonsumsi oleh negara Amerika hingga Eropa. Bahkan di negara Asia Tenggara seperti Indonesia, Malaysia, Thailand, dan Philipina pun ikut terkena *hallyu*. Masuknya K-Pop ke Indonesia sendiri dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu musik & budaya serta industri hiburan.

Fenomena *hallyu* sendiri masuk ke Indonesia berawal dari K-Drama yang ditayangkan di pertelevisian Indonesia yang disusul dengan masuknya K-Pop (Kumparan, 2020). Pada K-Pop sendiri, yang populer di kalangan anak muda adalah *idol group* yang biasa disebut *boyband* atau *girlband*. *Boyband* atau *girlband* merupakan grup idol yang berisikan laki-laki atau perempuan muda yang berpenampilan menarik dimana desain musik dan *imaginya* ditargetkan untuk kalangan usia muda. Andennisa (2014), menyatakan dengan berkembangnya teknologi pula K-Pop sendiri semakin dikenal, tak hanya media cetak dan elektronik saja tetapi juga media *online* seperti *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, dan *Instagram* semakin memudahkan kedekatan antara idol dan fans. Hal tersebut memfasilitasi para penggemar untuk mengetahui perkembangan mengenai idola mereka dan tetap merasa selalu berinteraksi dengan idolanya (Anindiyasari & Kusumasondjaya, 2019).

Semakin sering fans atau penggemar mengikuti perkembangan idola mereka baik melalui media apapun secara tidak langsung hal ini menimbulkan *propinquity effect*. Menurut *American Psychological Association Dictionary of Psychology*

(2018), *propinquity effect* merupakan kecenderungan individu untuk membentuk hubungan dekat dengan orang-orang yang mereka temui berulang kali, di mana semakin sering seseorang berhubungan dengan orang lain semakin besar kemungkinan seseorang akan membentuk persahabatan atau hubungan romantis dengan orang itu. Pada fans K-pop sendiri mereka menganggap idola mereka sebagai *virtual boyfriend/girlfriend*.

Seiring terkenalnya K-pop oleh paparan media, para fans-fans yang mengidolakan idola yang sama saling berinteraksi dan membuat komunitas yang biasa disebut dengan *fandom*. Di kota Bandung sendiri terdapat banyak *fandom* diantaranya ARMY (fans BTS), BLINK (fans Blackpink), NCTZEN (NCT) dan *fandom* lainnya yang tersebar di berbagai media sosial seperti *twitter*, *facebook*, dan *instagram*. Menurut Nugraini (2016) Fans yang sudah bergabung kedalam *fandom* akan memiliki aktivitas yang lebih luas dan mendalam dikarenakan adanya pengalaman yang kolektif, dimana kegiatan yang dilakukan bersama *fandom* sering memunculkan perilaku agresif. Perilaku agresif ini biasanya ditujukan kepada *fandom* lain yang memunculkan *fanwar*. *Fanwar* biasanya terjadi ketika idola dari seorang fans atau sebuah *fandom* dijelek-jelekan/dihina oleh fans atau *fandom* idola lain (Sholikhah & Restu, 2021).

Kedekatan mereka dengan artis ini bila dilakukan secara terus menerus dapat menimbulkan kecenderungan *parasocial relationship*. *Parasocial relationship* sendiri merupakan sebuah hubungan satu sisi dimana individu merasakan sebuah koneksi dengan figur media seperti selebriti, artis, karakter televisi, atau sosial media influencer. Berbeda dengan hubungan interpersonal lainnya, hubungan ini hanya menimbulkan kedekatan yang dirasakan oleh satu sisi saja yaitu fans nya (Sagita & Kadewardana, 2017). *Parasocial relationship* terjadi ketika individu menganggap idolanya seperti teman atau semakin tidak baik bagi individu apabila menganggap idola tersebut sebagai pasangan atau keluarganya (Hartmann, 2016). Salah satu faktor pendukung terjadinya *parasocial relationship* adalah media sosial seperti *instagram*, *tiktok*, *facebook*, *twitter*, dll. Media sosial tersebut membuat kedekatan individu dengan idolanya lebih dekat dari hari ke hari (Syawal, 2023).

Hubungan ini disebut hubungan satu sisi karena tidak adanya interaksi secara langsung dari kedua pihak hanya dari satu sisi saja yang merasa adanya sebuah

hubungan (Perbawani, & Nuralin, 2021). Astagini, Kaihatu, dan Prasetyo (2017), menambahkan bahwa hubungan ini dimediasi oleh faktor media. Fenomena ini biasanya terjadi ketika fans sudah menganggap idola mereka sebagai pasangan dan juga memanggil mereka dengan sebutan “suami”, “istri, atau “pacar” mereka yang menimbulkan fanatisme. Hal ini dijelaskan oleh Yusharizal (2022) yang menyebutkan adanya hubungan antara parasocial dengan fanatisme, hubungan yang timbul terjadi diakibatkan adanya hubungan yang dirasakan oleh individu terhadap idolanya sehingga menimbulkan fanatisme.

Fanatisme adalah sikap atau perilaku agresif dan berlebihan yang digunakan untuk menyatakan dukungan terhadap suatu idola dan keyakinan bahwa apa yang dilakukannya tidak salah (Eliani et al., 2018). Pohan dan Gustiana (2023), menyatakan kecenderungan fanatik ini dapat menimbulkan perang penggemar, yaitu terlalu membela idola dan serangan berupa fakta dan fitnah terhadap grup K-pop lain yang bukan idola fandom tersebut. Penggemar yang antusias biasanya merasakan apa yang dialami idolanya dan memposisikan dirinya sebagai orang yang paling memahami. Hal ini ditegaskan oleh penelitian yang dilakukan Ardis, Asniar, dan Nur (2021) menjelaskan bahwa perilaku agresif pada penggemar kpop disebabkan oleh fanatisme, hal ini karena adanya keyakinan pada diri penggemar atau fans mengenai idola mereka dan jika ada yang menjelek-jelekan akan memunculkan agresi verbal di dunia maya.

Perilaku agresif dapat diartikan sebagai perilaku merusak yang memberikan efek beban pada seseorang, keluarga maupun masyarakat (Thalib & Abdullah, 2022). Salah satu bentuk perilaku agresi adalah agresi verbal yang meliputi kata-kata seperti hinaan, makian, gosip, dan tuduhan (Illahi et al., 2018). Agresi verbal dipandang sebagai sebuah pertukaran pesan antara dua orang yang dimana setidaknya salah satu orang menyerang konsep diri orang lain hingga menyakiti orang tersebut secara psikologis (Infante & Wigley, 1986). Indikator dari agresi verbal adalah berdebat, menunjukkan ketidaksetujuan atau kesepakatan, menyebar gosip, dan bersikap sarkastis (Eliani, Yuniardi, & Masturah, 2018). Adapun definisi agresi verbal di media sosial atau cyber aggression adalah perilaku agresi yang dilakukan individu secara online atau dalam media sosial yang diperuntukan untuk

pencemaran nama baik, penghinaan atau ancaman pada orang lain secara verbal di media sosial (Grigg, 2010).

McCutcheon, Lange, dan Houran (2002), melakukan penelitian untuk menguji pengaruh *parasocial relationship* terhadap perilaku penggemar, khususnya pada konteks *celebrity worship* dan fandom. Salah satu temuannya mengungkapkan bahwa *parasocial relationship* yang intens berkaitan dengan perilaku tertentu. Fans yang melaporkan *parasocial relationship* yang intens lebih cenderung terlibat dalam seperti mencari informasi idolanya, meniru gaya dan perilaku mereka, dan membela idolanya dari kritik. Ditambah studi yang dilakukan oleh Maltby dkk (2011), mengkaji mengenai hubungan antara *celebrity worship*, interaksi parasosial, dan agresi dari fans. Hasil studi menunjukkan bahwa tingkat *celebrity worship* dan interaksi parasosial yang tinggi dikaitkan dengan peningkatan agresi fans.

Berdasarkan penelitian Gleason, Theran, dan Newberg (2017) menunjukkan bahwa *parasocial relationship* berfungsi sebagai mekanisme untuk mengekspresikan identitas dan kepribadian terutama pada fans yang menganggap idola sebagai role model. Selain itu fanatisme yang dipicu oleh *parasocial relationship* juga dapat menyebabkan pengidolaan yang ekstrem yang mempengaruhi cara fans berperilaku, bahkan melibatkan perilaku agresif atau perlindungan berlebihan terhadap idola mereka Brooks K.S. (2018).

Studi yang dilakukan oleh Deafifa dan Noorrizki (2022) menunjukkan bahwa fanatisme berperan penting karena dapat menyebabkan deindividuasi dan menyesuaikan diri dengan norma kelompok termasuk perilaku agresif, ditambah dengan anonimitas di platform media sosial semakin memperburuk agresi ini karena memungkinkan individu untuk bertindak tanpa takut akan konsekuensi langsung. Penelitian oleh Eilani J, Yuniardi M, & Masturah A (2018) menunjukkan bahwa fans meniru perilaku rekan mereka dalam fandom dapat berkontribusi pada penyebaran agresi verbal, para fans sering kali Bersatu untuk menyerang ancama yang diarahkan kepada idola mereka seperti kritiku, fandom lain, atau bahkan penggemar kelompok saingan yang memperkuat siklus agresi. Kesimpulannya fanatisme, konformitas, dan anonimitas di media sosial berkontribusi terhadap agresi verbal di media sosial yang tersebar di kalangan fans K-pop.

Studi yang dilakukan oleh Rustamov, E. dkk (2023) menunjukkan bahwa perilaku agresi verbal di media sosial berdampak negatif bagi aggressor/pelaku dan targetnya seperti resiko psikologis jangka Panjang dan juga menumbuhkan lingkungan yang beracun. Dari pemaparan tersebut maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul skripsi “**pengaruh *parasocial relationship* dengan perilaku agresi verbal dimediasi oleh fanatisme di media sosial pada fans K-pop di Bandung Raya**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini yaitu Apakah terdapat pengaruh antara *parasocial relationship* dengan perilaku agresi verbal yang dimediasi oleh fanatisme di media sosial pada fans K-pop di Bandung Raya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh antara *parasocial relationship* dengan perilaku agresi verbal dimediasi oleh fanatisme di media sosial pada fans K-pop di Bandung Raya.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi ilmiah pada kajian *Parasocial Relationship*, dengan menguji hubungannya dengan perilaku agresif dan dimediasi oleh fanatisme.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini akan bermanfaat bagi masyarakat untuk memberikan informasi praktis yang berkaitan dengan *Parasocial Relationship* dan agresi verbal di media sosial yang dimediasi oleh fanatisme.