



14.13%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 4 FEB 2025, 10:27 AM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL	● CHANGED TEXT	● QUOTES
0.07%	14.06%	0.77%

Report #24651789

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Masalah Industri musik Korea (K-POP) menjadi salah satu sub-sektor hiburan dari Korean Wave yang memiliki popularitas begitu besar dengan lebih dari 156,6 juta penggemar di dunia (Hastutik, 2022). Pertumbuhan industri musik Korea menurut survei pada tahun 2021 dari The Korea Foundation bersama 150 kantor diplomasi Korea menunjukkan adanya peningkatan jumlah penggemar K-pop yang drastis dibandingkan tahun 2012 di 116 negara, yaitu sebesar 17 kali lipat (KBS World, 2022). Selain itu, menurut laporan dari Korea Creative Content Agency (KOCCA) juga mengalami peningkatan sebesar 31,7% dari tahun ke tahun dan pendapatan ekspor musik naik 26,2% pada tahun 2022 (Lindner, 2023). Hal tersebut menunjukkan suksesnya industri musik K-Pop secara global karena jumlah dukungan penggemarnya yang begitu besar. Industri musik Korea didominasi oleh grup K-Pop yang terbagi menjadi boygroup dan girlgroup, yang mana indikasinya dapat dilihat dari jumlah pengikut di media sosial Contohnya, instagram dua grup besar dalam K-Pop, yaitu Blackpink memiliki 57,8 juta pengikut dan BTS dengan 74,4 juta belum ditambah dengan grup-grup lainnya. Lalu, berdasarkan penjualan album boygroup, BTS menjadi grup K-pop terlaris tahun 2023 dengan penjualan album 34 juta, disusul oleh NCT sebanyak 24 juta, dan EXO sebanyak 14 juta (Lindner, 2023). Sementara itu, penjualan album girlgroup terbanyak ialah album berjudul BORN PINK dari

BLACKPINK dengan 2,76 juta copy, MY WORLD dari AESPA dengan 2,08 juta copy, dan 'GIRLS' dari AESPA dengan total penjualan 1,86 juta copy (Libriyanti, 2023). Angka tersebut belum dijumlah dengan pengikut dari grup-grup K-Pop lain beserta penjualan setiap albumnya dan hal tersebut dapat mewakili seberapa populer K-Pop di banyak negara di dunia, salah satunya Indonesia. Survei yang dilakukan oleh Kim (2021), menunjukkan bahwa pada tahun 2020 Indonesia merupakan negara pertama sebagai negara yang memiliki cuitan mengenai K-Pop terbanyak. Kemudian, Goodstats pada 2021 menunjukkan data bahwa Indonesia tercatat menjadi urutan posisi pertama negara yang jumlahnya begitu banyak dan aktif dalam membicarakan K-Pop di media sosial twitter (Alifah, 2022). **31** Menurut survei Katadata Insight Center (KIC), sebesar 68,1% responden menyukai K-Pop (boyband) dan sebesar 65,1% menyukai K-Pop (girlband) dari 1.609 jumlah responden (Ahdiat, 2022). Kemudian, Luminate melaporkan Indonesia masuk kedalam tiga besar negara dengan hasil streaming lagu K-Pop terbanyak sebesar 7,48 miliar streaming pada tahun 2023 berdasarkan hasil streaming lagu K-Pop di berbagai platform musik (Rezqiana, 2024)?. Tidak hanya itu, antusiasme para penggemar K-Pop ketika grup mengadakan konser di Indonesia juga begitu besar dapat dilihat dari tiket konser yang selalu terjual habis. Seperti konser dari grup NCT 127 pada tanggal 13 dan 14 Januari 2024 lalu di Indonesia Arena dengan kapasitas penonton selama satu hari sekitar 16,500. Konser SMTOWN pada 23 September 2023 dengan kapasitas penonton sekitar 70,000. Lalu, pada 11-12 Maret 2023 BLACKPINK mengadakan konser di stadion utama Gelora Bung dengan lebih dari 77.000 tiket terjual habis. Hal-hal yang telah disebutkan menunjukkan bahwa adanya ketertarikan kuat yang dimiliki penggemar K-Pop di Indonesia. Banyak di Indonesia yang menggemari K-pop dan berasal dari beragam usia mulai dari remaja hingga dewasa. Alhamid (2023), mengatakan bila remaja dan dewasa awal merupakan rentang umur yang mendominasi fans K-pop dengan persentase sebesar 40,7% pada umur 20-25 tahun, 38,1% pada range umur 15-20 tahun, 11,9% pada range umur lebih dari 25 tahun, dan

9,3% sisanya pada range 10-15 tahun. Berdasarkan data terkait persentase rentang usia penggemar K-Pop di Indonesia, remaja termasuk salah satu kalangan usia terbanyak yang menggemari K-Pop. Remaja yang menggemari K-Pop biasanya melakukan aktivitas fangirling/fanboying di media sosial untuk mendapatkan informasi terkait kegiatan idolanya dan sebagai media untuk menunjukkan cinta dan dukungannya. Akan tetapi, tidak jarang aktivitas fangirling/fanboying oleh fans K-Pop di media sosial ini juga dapat mengarah ke hal negatif jika media sosial tersebut tidak digunakan dengan bijak. Penggemar K-pop dalam bermedia sosial jika memiliki pemahaman yang kurang baik akan memicu timbulnya masalah seperti beradu argumen antar fandom atau fanwar (Rinata dan Dewi, 2019). Hal tersebut selaras dengan data yang mengatakan bahwa sebanyak 54% fans K-pop memiliki perilaku agresif verbal dalam kategori tinggi di dunia maya (Eliani et al., 2018) Terdapat fenomena yang terjadi pada tahun 2022 lalu warganet Twitter digemparkan dengan perseteruan yang terjadi antara penggemar K-Pop di Twitter bernama Safa yang melakukan hate speech terhadap anggota NCT DREAM yang lain karena menurutnya anggota tersebut menjadi alasan idolanya sakit, masalah ini menyebar sehingga penggemar lain membuat forum space berjudul Safa Space untuk mendiskusikannya, tetapi masalah justru semakin dibesar- besarkan dalam space tersebut (Nariswari, 2022). Space tersebut menerima respon yang begitu besar dengan 137 ribu pendengar dan trending di twitter dengan lebih dari 104 ribu cuitan. Tidak hanya itu, media sosial komika Kiky Saputri pada 2023 lalu dibanjiri hujatan oleh penggemar idol K-Pop Blackpink, ketika Kiky memberikan opini setelah menghadiri konser Blackpink pada Maret 2023 lalu, Kiky memberikan pendapat terhadap salah satu anggota Blackpink, yaitu Jennie yang terlihat kurang bersemangat saat konser (Supintou, 2023). Respon hujatan yang Kiky terima di instagramnya mulai dari menghina fisiknya sampai mengatakan bahwa dirinya mandul (Supintou, 2023). Dua kasus tersebut merupakan bentuk dari penggemar K-Pop yang melakukan perilaku agresif verbal. Perilaku agresif verbal di

media sosial tersebut menunjukkan gejala perilaku cyber-aggression . Perilaku agresi siber memiliki berbagai dampak negatif yang signifikan, khususnya bagi para korban. Secara umum, korban sering mengalami rasa malu akibat dipermalukan, tekanan mental yang berujung pada stres, hilangnya kepercayaan diri, serta munculnya rasa paranoia. Selain itu, perilaku ini juga dapat memengaruhi kesehatan fisik dan mental mereka (Mardianto, 2023). Dalam beberapa kasus, dampak dari agresi siber ini bahkan mendorong korban untuk memiliki keinginan bunuh diri (Mawarni et al., 2024). Tidak hanya korban, pelaku juga dapat terkena dampak negatif, seperti perasaan bersalah yang sulit untuk dihilangkan (Rifauddin dalam Nofriandi dan Mardianto, 2022). Cyber-aggression adalah perilaku berbahaya yang bersifat baru dan unik yang sebagian besar dilakukan melalui media TIK (Runions et al., 2016). Menurut Antipina (sebagaimana dikutip dalam Farisandy et al., 2023), bentuk-bentuk cyber- aggression meliputi mengirimkan pesan hinaan, menghina secara publik, menyebarkan informasi palsu, menyebarkan data yang dapat merugikan dengan sengaja, memposting pesan yang provokatif, merusak foto pribadi, dan lain sebagainya. Menurut Runions et al. (2016), cyber-aggression didorong oleh dua hal, yaitu appetitive dan aversive lalu dapat dipersepsikan oleh individu menjadi dua tipe, yaitu impulsive dan controlled . Cyber-aggression dilakukan dapat dilakukan dari berbagai kelompok usia, salah satunya remaja sebagai kalangan yang rentan melakukan cyber-aggression .

14

Menurut Santrock (2019), remaja ialah masa transisi dari kanak-kanak menjadi dewasa yang meliputi perubahan biologis, sosial-emosional , dan kognitif. Remaja yang belum stabil dari segala aspek membuat remaja mudah terpengaruh dan terpapar oleh lingkungan luar, seperti terlibat dalam perilaku cyber-aggression . Menurut hasil survei nasional Malaysia, lebih dari 70% remaja yang mengidentifikasi dirinya terlibat dalam berbagai bentuk kekerasan online , meliputi mengirim pesan tidak layak, memanggil sebutan kejam atau kasar kepada orang lain, mengunggah foto yang tidak senonoh kepada seseorang, menjadi faker atau seolah-olah menjadi orang

lain di media sosial dan mengintimidasi secara online (Yusuf et al., 2021). **3 Marwoko** (2019) juga mengatakan bahwa remaja yang melakukan cyber-aggression sebagian besar dipengaruhi oleh kondisi emosional yang belum stabil dan memiliki kaitan dengan hormon.

Kondisi emosional yang belum stabil, seperti kurangnya self-control yang dapat menjadi faktor remaja melakukan cyber-aggression. Terdapat temuan yang mendukung hal tersebut, yaitu hasil penelitian yang dilakukan oleh Nofriandi dan Mardianto, (2023) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kontrol diri remaja dengan perilaku cyber aggression. Peneliti melakukan wawancara terhadap delapan subjek remaja penggemar K-pop dan mendapatkan hasil bahwa keempat subjek berinisial H (17 tahun), D (19 tahun), S (20 tahun), dan K (21 tahun). Keempat subjek tersebut memiliki latar belakang sebagai penggemar aktif di fandom K-pop. Subjek H (17 tahun) adalah seorang penggemar grup NCT yang aktif mengikuti setiap pembaruan terkait grup melalui media sosial Twitter. H juga merupakan anggota dari salah satu fanbase lokal yang sering berpartisipasi dalam kegiatan online, seperti mendukung proyek trending dan berbagi informasi terkini terkait idolanya. Subjek D (19 tahun) merupakan penggemar BLACKPINK yang aktif di sosial media X yang secara intens berinteraksi dengan sesama penggemar, baik itu lokal maupun internasional. Intensitas interaksi online D tinggi dan dihabiskan untuk berkomunikasi dengan sesama penggemar serta memantau kegiatan idolanya. D juga menyalakan notifikasi dari setiap akun idolanya sehingga ia jarang tertinggal update dari idolanya. Subjek S (20 tahun) adalah penggemar BTS yang aktif menggunakan media sosial, terutama platform X, untuk memantau pembaruan terkait idolanya. S sering membuat cuitan tentang idolanya, namun berbeda dengan subjek lainnya, S tidak terlibat dalam interaksi yang intens dengan penggemar lain di media sosial. Dengan demikian, S lebih berfokus pada konsumsi informasi dan ekspresi pribadi tentang idolanya dibandingkan membangun koneksi atau diskusi dalam komunitas penggemar. Tidak jauh berbeda dengan subjek S, subjek K (21 tahun) juga aktif menggunakan media sosial sebatas untuk memantau

aktivitas idolanya, yaitu SEVENTEEN. Namun, K memiliki keterlibatan yang lebih aktif dalam kegiatan komunitas penggemar, seperti berpartisipasi dalam proyek-proyek fanbase, termasuk penggalangan dana untuk ulang tahun anggota atau perilisan album baru. K sering memberikan kontribusi finansial untuk mendukung kegiatan komunitas. Ketika dihadapkan dengan situasi dimana idolanya diejek atau diserang, keempat subjek tersebut mengatakan bahwa terdapat emosi yang menggebu-gebu ketika melihat idolanya diejek di twitter dan hal tersebut yang mendorong keempat subjek terlibat dalam perilaku cyber-aggression . Subjek H menunjukkan perilaku cyber-aggression guna untuk mengurangi rasa negatif yang dimiliki karena melihat idolanya diejek sehingga melakukan cyber-aggression secara spontan atau tidak terencana karena terbawa oleh emosi, yang mana masuk ke dalam kategori impulsive-aversive . Sedikit berbeda dengan subjek sebelumnya, subjek D melakukan cyber- aggression untuk mendapatkan emosi positif seperti pengakuan dari orang sekitar bahwa dirinya berani speak-up dan membela idolanya secara publik, tindakan subjek D masuk dalam kategori impulsive-appetitive . Subjek S melakukan cyber-aggression dengan lebih terencana bahkan sampai membuat akun anonim untuk melakukan aksinya dengan tujuan untuk meredakan rasa permusuhan yang ada pada dirinya yang mana termasuk dalam kategori controlled-aversive . Lalu, subjek K juga melakukan cyber-aggression dengan terkontrol, tetapi dengan tujuan untuk menerima emosi positif seperti rasa bangga karena diakui oleh penggemar yang lain karena telah membela idolanya, yang mana masuk dalam kategori controlled- appetitive . Sementara itu, keempat subjek lainnya yang berinisial E (17 tahun), K (19 tahun), I (20 tahun), dan Y (20 tahun) mengatakan, bahwa apabila ada pengguna sosial media yang mengejek idolanya, mereka cenderung abai dan tidak ingin mencari tahu lebih lanjut terkait hal tersebut. Emosi yang menggebu-gebu yang dirasakan oleh penggemar K-Pop terkait idolanya merujuk pada perilaku yang dinamakan celebrity worship . Hollander (sebagaimana dikutip dalam Sanjaya dan Rahmasari, 2023) mengatakan bahwa celebrity worship mampu

membuat para penggemar K-Pop mengalami emosi yang menggebu-gebu atau ledakan emosional yang ekstrim dan sulit dikendalikan sehingga membentuk euforia yang tidak natural. Celebrity worship ialah peningkatan kekaguman terhadap orang terkenal, yang terkadang terwujud dalam ketertarikan berlebihan terhadap kehidupan seorang selebriti (McCutcheon et al., 2021). Ketertarikan berlebihan yang dimiliki penggemar K-Pop mendorong para penggemar untuk mendukung para idolanya dengan cara yang fanatik, seperti yang diberitakan oleh Liputan 6 bahwa terdapat fans EXO asal Tiongkok yang memberikan hadiah ulang tahun untuk ke-23 untuk Sehun EXO berupa sebidang tanah di Skotlandia, tepatnya Glencoe Wood Forest Preserve sehingga membuat Sehun mendapat panggilan di Britania Raya (Soejoethi, 2017). Selain itu, basis penggemar Taehyung BTS dari Cina memasang firework di Burj Khalifa, Dubai, Uni Emirat Arab dengan berhasil mengumpulkan dana sebanyak 13 USD dalam waktu 3 bulan (Prambors, 2020). Hal-hal yang penggemar berikan terhadap idolanya tersebut termasuk dalam perilaku celebrity worship. Celebrity worship terbagi menjadi tiga yang ketiganya dimiliki oleh masing-masing dari delapan subjek sebelumnya juga dapat terlihat celebrity worship yang dimiliki para subjek. Pada subjek H dan D memiliki intense-personal. Pada intense-personal, penggemar akan ikut merasa khawatir, sedih, dan marah apabila selebriti tersebut mengalami masalah (Mccutcheon et al., 2002). Perilaku yang ditunjukkan ialah dengan ikut terlibat dalam fanwar di sosial media demi membela idolanya. Sementara itu, subjek S dan K menunjukkan borderline pathological. Pada borderline pathological, individu rela melakukan apapun demi idola (Maltby et al., 2004). Perilaku yang ditunjukkan ialah subjek yang selalu mencari tahu dan mendapatkan informasi privasi diluar dari jadwal resmi yang diumumkan terkait idolanya. Subjek S juga seringkali menjauhi diri dari teman-teman yang memiliki idola yang sama dengannya karena merasa hanya subjek dan idolanya yang memiliki hubungan spesial. Tidak hanya itu, dirinya juga senang menghambur-hamburkan uang yang tidak sedikit jumlahnya hanya untuk melakukan voting demi idolanya.

Sementara itu, keempat subjek lainnya sama-sama termasuk dalam entertainment-social . Ditunjukkan dengan para subjek yang hanya mencari tahu informasi terkait idolanya demi hiburan, seperti mendengar musiknya, mengikuti berita- berita terbarunya, dan untuk berinteraksi dengan sesama penggemar K-Pop. Celebrity worship masing-masing memiliki dampak positif dan negatif. Benu et al., (2019) menemukan bahwa dampak positif dari perilaku celebrity worship adalah memperluas hubungan sosial dan mendapatkan kesenangan dalam menikmati karya idolanya. Sementara itu, dampak negatif dari perilaku celebrity worship adalah timbulnya hubungan tidak sehat antara penggemar dan selebriti dari ketergantungan yang berlebihan (McCutcheon et al., 2002). Penggemar sebagai celebrity worshiper juga akan melakukan apa saja demi idolanya seperti membelanya melalui media sosial dengan menggunakan fake account untuk menyerang siapapun yang menghina idolanya ketika sang idola terlibat skandal atau difitnah (Nabelliasari dan Widyastuti, 2023). Sejauh ini, penelitian yang membahas mengenai celebrity worship dengan cyber aggression belum banyak ditemukan. Hanya ditemukan satu penelitian yang dilakukan oleh Nabelliasari dan Widyastuti (2023). Penelitian tersebut menunjukkan terdapat korelasi positif antara celebrity worship dan cyber aggression yang memiliki arti bahwa individu yang tinggi tingkat celebrity worshipnya , maka cyber aggression -nya tinggi juga, begitu juga sebaliknya. Berdasarkan uraian-uraian diatas, penelitian terdahulu yang belum banyak ditemukan, dan penelitian antar variabel yang hanya sebatas hubungan, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam yang tidak hanya memperlihatkan hubungan, tetapi adanya sebab akibat celebrity worship pada cyber- aggression pada remaja penggemar K-Pop.

5 6 8 13 1.2 Rumusan Masalah Masalah dalam penelitian ini dirumuskan berdasarkan latar belakang yang menjelaskan 4 5 “Apakah terdapat pengaruh celebrity worship terhadap cyber-aggression pada remaja penggemar K-Pop 5 6 7 8 10 13

15 21 25 1.3 Tujuan Penelitian Dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk menjelaskan apakah terdapat pengaruh celebrity worship terhadap cyber- aggression pada penggemar remaja K-Pop. 5 6 7 8 10 13 15 21 1.4 Manfaat

Penelitian 1.4 5 1 Manfaat Teoritis Diharapkan penelitian ini bisa memberikan kontribusi baru dalam kajian celebrity worship (CW) dan cyber aggression (CA) dengan menjembatani keterkaitan antara dimensi CW dan tipe-tipe CA.

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman teoretis tentang bagaimana karakteristik spesifik dari dimensi celebrity worship dapat memengaruhi timbulnya perilaku cyber aggression yang sebelumnya belum banyak dibahas secara spesifik dalam penelitian terdahulu. Temuan ini juga dapat menjadi landasan untuk pengembangan model teoretis yang lebih komprehensif dalam memahami dinamika interaksi antara celebrity worship dan perilaku agresi di dunia maya. 1 15 1.4 1 15 34 2 Manfaat Praktis Adapun manfaat praktis dari penelitian ini terdiri dari: 1. Memberikan panduan praktis bagi remaja untuk mengelola konsumsi media secara lebih sehat, meningkatkan kemampuan pengendalian diri, dan menyeimbangkan aktivitas daring dengan kegiatan positif seperti olahraga atau hobi. 2. Membantu remaja memahami cara menikmati K-pop dengan cara yang sehat agar dapat terhindar dari perilaku cyber-aggression. 3. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi orang tua dalam mendidik anak-anak tentang penggunaan media sosial secara bijak. 4. Menjadi acuan oleh instansi pendidikan dalam merancang program psikoedukasi yang dapat mencakup pengenalan UU ITE, termasuk jenis perilaku yang melanggar hukum dan dampaknya, untuk meningkatkan kesadaran hukum remaja dalam berinteraksi di media sosial.

37 BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1 Kajian Teori 2.1 35 1 Definisi Cyber Aggression

Grigg mengatakan 1 “cyber-aggression as intentional harm delivered by the use of electronic means to a person or a group of people irrespective of their age, who perceive(s) such acts as offensive, derogatory, harmful or unwanted 35 (Grigg, 2010, hlm. 152). Definisi ini menekankan bahwa individu yang menjadi target sasaran melihat perilaku tersebut sebagai perilaku yang menyinggung, merendahkan, membahayakan, dan tidak diinginkan. Menurut Runions dan Cross, cyber-aggression didefinisikan sebagai “harmful behaviors that are either novel and unique to the medium or predominantly operable through ICT (Runions dan Cross, 2016, hlm. 2).

Runions dan Cross menyebutkan cyber aggression sebagai perilaku yang novel atau baru dan unik dilakukan melalui TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi). Perilaku baru dan unik merujuk pada perilaku yang sebelumnya tidak pernah ada atau baru muncul karena adanya perkembangan teknologi digital seperti cyber aggression yang hanya bisa dilakukan secara online . Sementara itu, Antipina et al. menyatakan “cyber-aggression is the deliberate harm of other Internet users in order to assert their personal worth (Antipina et al., 2020, hlm 1). Definisi tersebut menjelaskan bahwa cyber aggression sebagai kerugian yang disengaja dilakukan kepada orang lain dengan tujuan untuk menegaskan nilai harga diri. Berbeda dengan definisi dari tokoh-tokoh sebelumnya, Antipina et al. Menyebutkan bahwa cyber aggression yang dilakukan oleh pelaku dapat meningkatkan rasa percaya diri pelaku atau untuk membuat pelaku merasa lebih baik di sosial media. Berdasarkan berbagai definisi yang disampaikan oleh Grigg (2010), Runions dan Cross (2016), dan Antipina et al. (2020), terdapat perbedaan penekanan dari definisi cyber aggression tersebut. Teori Grigg lebih menekankan pada dampak langsung yang dapat dialami korban. Kemudian, teori dari Antipina lebih menekankan pada motif psikologis pelaku, yaitu bagaimana perilaku ini digunakan untuk meningkatkan kepercayaan diri atau merasa lebih baik di media sosial. Sementara itu, teori Runions dan Cross yang membahas secara spesifik tipe-tipe baru dari cyber-aggression karena adanya perkembangan teknologi. Dibandingkan ketiga teori tersebut, peneliti memilih teori Runions dan Cross sebagai acuan karena teori tersebut secara spesifik mengelompokkan tipe-tipe dari cyber aggression yang memberikan kerangka kerja terstruktur untuk menganalisis perilaku ini dalam konteks digital.

2.1.2 Dimensi Cyber Aggression

Runions et al., (2016) membagi dimensi cyber aggression berdasarkan dua ortogonal, meliputi: a. Motivational/Affective valence Dimensi ini berfokus pada emosional yang melandasi perilaku agresif yang muncul dan terdiri dari dua jenis, yaitu appetitive dan aversive. Appetitive ditujukan untuk menghasilkan emosi positif yang timbul dari perilaku agresif yang dilakukan. Sementara

itu, aversive ditujukan untuk menghilangkan atau mengurangi emosi negatif, seperti rasa malu, rasa takut, dan bersalah yang timbul dari perilaku agresif yang dilakukan. b. **1** Recruitment of self-control Dimensi ini didasari dari fungsi kognitif individu tentang bagaimana individu mempersepsikan perilaku agresif. Recruitment of self-control terdiri dari dua jenis, yaitu impulsive dan controlled . Dalam produksi perilaku impulsive , perilaku yang muncul didorong tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Sementara itu, controlled masih melibatkan kontrol diri sehingga perilaku yang muncul masih terkendali. Masing-masing jenis dari kedua dimensi ini menghasilkan empat (2 x 2) bagian tipologi cyber-aggression dengan gambar diacu dalam tulisan. Gambar 2. 1 . Quadripartite Typology of Aggression (Runions et al., 2016). Terdapat dua ortogonal, yaitu appetitive vs. aversive pada panah motivational/affective valence pada gambar 2.1 yang ditunjukkan dengan panah horizontal dan impulsive vs. control enactment yang ditunjukkan pada panah recruitment of self-control yang mengarah vertikal. Tipe-tipe yang terbentuk antar ortogonal dijelaskan oleh Runions et al. (2016) seperti berikut: a. Impulsive-aversive aggression Individu yang memiliki impulsive enactment lebih tinggi pada ortogonal recruitment of self control disertai dengan tujuan untuk mengurangi emosi negatif dalam berperilaku agresi akan membentuk kuadran impulsive aversive aggression . **3** Kuadran impulsive-aversive aggression menggambarkan perilaku agresi yang muncul sebagai reaksi terhadap provokasi yang dirasakan, seperti timbulnya rasa malu dan keadaan emosi permusuhan lainnya. Perilaku tersebut dilakukan secara spontan dengan sedikit atau tanpa adanya peningkatan kapasitas pengendalian diri. Contoh perilaku dari kuadran impulsive-aversive aggression pada konteks online seperti individu menyebarkan informasi negatif secara cepat di media sosial sebagai bentuk balas dendam karena merasa kesal tanpa memikirkan dampak negatif dari tindakannya terlebih dahulu. b. Controlled-aversive aggression Individu yang memiliki control enactment lebih tinggi pada ortogonal recruitment of self control disertai dengan tujuan untuk mengurangi emosi negatif dalam

berperilaku agresi akan membentuk kuadran controlled aversive aggression . Kuadran controlled aversive aggression muncul sebagai sarana untuk menghilangkan emosi negatif (misalnya, rasa malu) yang muncul sebagai respons provokasi. Namun, pada kuadran ini terdapat kapasitas untuk mengendalikan diri sehingga reaksi dari agresi cenderung mengambil bentuk balasan yang sudah diperhitungkan atau balas dendam. Contoh perilaku dari kuadran controlled-aversive aggression pada konteks online seperti individu yang menyebarkan informasi negatif secara sengaja di media sosial dengan mempertimbangkan waktu dan platform yang tepat dengan tujuan untuk merusak reputasi individu tersebut. Pemilihan waktu dan platform yang tepat merupakan perencanaan agar dampak dari tindakannya maksimal. c. Controlled-appetitive aggression Individu yang memiliki control enactment lebih tinggi pada orthogonal recruitment of self control disertai dengan tujuan untuk menghasilkan emosi positif dalam berperilaku agresi akan membentuk kuadran controlled aversive aggression. **1 3** Perilaku tersebut dilakukan seperti untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan sekitar seperti memperoleh status sosial dengan cara melakukan penindasan. Contoh perilaku dari kuadran controlled-appetitive aggression pada konteks online seperti seorang individu yang merencanakan untuk membuat fake account dengan tujuan menghina orang lain dan merasa terhibur atau puas atas reaksi yang diberikan korban. d. Impulsive-appetitive aggression Individu yang memiliki impulsive enactment lebih tinggi pada orthogonal recruitment of self-control disertai dengan tujuan untuk menerima emosi positif dalam berperilaku agresi akan membentuk kuadran impulsive appetitive aggression. Kuadran ini menggambarkan perilaku agresi yang dilakukan secara spontan tanpa memperhatikan konsekuensi jangka panjang yang dihasilkan. **3** Perilaku tersebut dilakukan dengan motivasi mendapatkan kepuasan seperti mengganggu orang lain di sosial media hanya untuk bersenang-senang. Contoh perilaku dari kuadran impulsive-appetitive aggression pada konteks online seperti secara spontan membagikan konten provokatif yang menyinggung orang lain untuk mendapatkan perhatian dan reaksi dari audiens di sosial media, misal dalam bentuk

engagement seperti likes dan komentar. 2.1.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Cyber Aggression Terdapat tiga faktor yang memengaruhi munculnya perilaku cyber-aggression , yaitu: a. Lingkungan keluarga, sekolah, dan teman sebaya Remaja yang menerima sedikit dukungan dari keluarga dan teman-temannya atau mereka yang merasa tidak aman di sekolah dan tidak diperhatikan oleh gurunya mempunyai risiko lebih besar untuk melakukan tindakan cyber-aggression (Runions dan Cross, 2016). b. Moralitas Studi-studi menunjukkan bahwa pelaku cyber- aggression menunjukkan adanya affective empathy yang rendah, sebuah emosi moral yang menghambat individu untuk melakukan agresi dengan membiarkan individu mengantisipasi konsekuensi-konsekuensi yang relevan secara emosional. Sebaliknya, individu yang memiliki nilai moral yang kuat, mereka percaya bahwa untuk bersikap adil, peduli, jujur, dipercaya, dan memiliki prinsip yang kuat itu penting akan mengurangi perilaku cyber aggression (Runions dan Cross, 2016). c. Kontrol Diri Terdapat hubungan negatif antar self-control dengan cyber-aggression , dimana kontrol diri yang semakin rendah akan berdampak terhadap peningkatan perilaku cyber-aggression (Nofriandi dan Mardianto, 2023). Kontrol diri yang baik diperlukan individu supaya mampu menahan stimulus provokasi untuk melakukan kecenderungan perilaku cyber-aggression untuk setiap tipe.

11 2.1 11 30 4 Definisi Celebrity Worship Maltby et al. mengartikan celebrity worship sebagai 3 “abnormal type of parasocial relationship, driven by absorption and addictive elements and which potentially has significant clinical sequelae 11 30 (Maltby et al., 2003, hlm. 11 23 25) . Dimana menurut Maltby, celebrity worship merupakan jenis hubungan parasosial yang tidak normal yang didorong oleh unsur penyerapan, kecanduan, sampai berpotensi menimbulkan gejala klinis. Lalu terdapat teori yang menggunakan istilah berbeda, namun masih dalam satu konsep yang sama, yaitu idol worship dari Cheung dan Yue yang menyatakan , “Idol worship refers to psychological identification with and emotional attachment to an idol figure, who is most likely to be a celebrity for young people nowadays (Cheung dan Yue 2012, hlm. 35). Definisi menurut Cheung dan Yue mengatakan

bahwa idol worship melibatkan ketertarikan emosional dengan figur idola. Kemudian, terdapat konsep yang disebut dengan parasocial interaction yang dikembangkan oleh Bocarnea et al. yang mengatakan “Individuals establish parasocial relationships with celebrities through many years of exposure to a variety of media (Bocarnea dan Brown, 2006). Berdasarkan definisi tersebut, parasocial interaction lebih dari sekedar hubungan antar tokoh di televisi dan audiensnya, tetapi mencakup interaksi dengan selebriti di berbagai platform media. Dengan demikian, hubungan parasosial tidak hanya terbentuk dari tayangan televisi, tetapi juga melalui pengalaman langsung seperti hadir di acara olahraga atau menonton film dan iklan yang menampilkan atlet favorit mereka.

33 Sementara itu, celebrity worship menurut McCutcheon et al. 2 “is an increase d admiration towards a famous person, which sometimes manifests in an excessive interest in the life of a celebrity 33 (McCutcheon et al., 2021, hlm.

2). Berdasarkan definisi tersebut, celebrity worship terjadi karena adanya kekaguman yang berlebih terhadap orang terkenal sehingga menimbulkan adanya ketertarikan yang berlebih dengan kehidupan orang terkenal.?? Keempat teori tentang celebrity worship memberikan sudut pandang yang berbeda terkait hubungan individu dengan figur selebriti. Teori Maltby et al. (2003) menekankan pada aspek patologis yang dapat muncul akibat keterlibatan berlebihan dengan selebriti, yang berpotensi menimbulkan gejala klinis. Di sisi lain, teori Cheung dan Yue (2012) lebih menyoroti hubungan emosional yang mendalam antara penggemar dan idola, tanpa membahas dampak patologis yang mungkin timbul. Bocarnea dan Brown (2006) memperluas cakupan parasocial interaction , menjelaskan bahwa hubungan ini dapat terbentuk tidak hanya melalui tayangan televisi, tetapi juga melalui pengalaman langsung, seperti menghadiri acara olahraga atau menonton film yang menampilkan selebriti favorit. Sementara itu, McCutcheon et al. (2021) lebih fokus pada dimensi kekaguman yang berlebihan dan ketertarikan intens terhadap kehidupan selebriti, tanpa menekankan hubungan emosional atau interaksi langsung. Berdasarkan perbedaan tersebut, peneliti memilih teori McCutcheon et al. (2021) sebagai acuan karena mencakup

dimensi kekaguman yang berlebihan dan ketertarikan yang intens terhadap selebriti, yang sangat relevan untuk menjelaskan fenomena penggemar K-pop. Selain itu, teori ini memiliki aplikasi yang luas dalam penelitian perilaku penggemar. Definisi ini lebih kuat dibandingkan dengan teori Maltby et al. (2003), yang lebih fokus pada aspek patologis, karena McCutcheon mencakup spektrum perilaku dari kekaguman yang normal hingga obsesif. Dibandingkan dengan Cheung dan Yue, yang lebih menyoroti identifikasi emosional, definisi McCutcheon lebih baik dalam mencakup dimensi maladaptif, yang memberikan pemahaman lebih mendalam tentang perilaku obsesif yang dapat muncul di kalangan penggemar.

2.1.5 Dimensi Celebrity Worship

McCutcheon et al., (2002) mengidentifikasi celebrity worship menjadi tiga dimensi.

- Entertainment-social** Entertainment-social dalam celebrity worship dilakukan oleh individu dengan tujuan untuk menghibur. Ketertarikan yang dimiliki terhadap kehidupan idola pada dimensi ini masih dikatakan normal. Bentuk perilaku yang ditunjukkan oleh penggemar pada entertainment social, seperti menghabiskan waktu untuk mencari informasi tentang idolanya di sosial media.
- Intense-personal feeling** Penggemar dengan intense-personal feeling memiliki perasaan yang intens terhadap selebriti yang diidolakannya. Bentuk perilaku yang ditunjukkan dari dimensi ini adalah penggemar yang aktif mencari informasi mulai dari berita terbaru secara umum sampai ke ranah privasinya. Penggemar akan ikut merasa khawatir, sedih, dan marah apabila selebriti tersebut mengalami masalah.
- Borderline-pathological tendency** Pada dimensi ini, penggemar menunjukkan perilaku yang tidak sehat dalam mengidolakan selebriti. Penggemar memiliki obsesi yang tinggi terhadap aspek pribadi selebriti, memiliki pikiran yang tidak terkontrol, dan membentuk hubungan parasosial dimana penggemar percaya bahwa sedang menjalin hubungan khusus dengan sang idola.

2.1.6 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Celebrity Worship

Terdapat tiga faktor yang memengaruhi celebrity worship, yaitu:

- Usia** Celebrity worship paling banyak dilakukan pada kelompok usia remaja akhir dan mulai mengalami penurunan pada kelompok usia dewasa

awal. McCutcheon et al (dalam Brooks, 2021), menemukan partisipan yang lebih tua cenderung tidak mendukung stalking behavior pada selebriti. b. Jenis Kelamin Perempuan dan laki-laki menggemari selebriti dengan latar belakang yang berbeda, laki-laki lebih banyak menggemari tokoh yang berasal dari bidang olahraga sementara penggemar perempuan dengan tokoh entertainment. Berdasarkan intensitasnya, perempuan lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki. Keduanya juga lebih tertarik mengidolakan selebriti yang berlawanan jenis, perempuan lebih tertarik dengan idola laki-laki dan begitu juga sebaliknya. c. Budaya Riset yang dilakukan oleh McCutcheon et al (dalam Brooks, 2021), terhadap orang Amerika menunjukkan bahwa ras berkulit putih cenderung mengidolakan selebriti yang memiliki ras yang sama dengan mereka, begitu pula dengan ras berkulit hitam lebih tertarik mengidolakan selebriti yang berasal dari ras berkulit hitam.

2.2 Kerangka Berpikir Industri K-pop begitu digemari dan populer di Indonesia.

Penggemar K-pop di Indonesia memiliki ketertarikan yang kuat terhadap idolanya yang biasanya memiliki cara untuk menunjukkan cinta dan dukungannya melalui aktivitas fangirling/fanboying di sosial media. Akan tetapi, tidak jarang justru aktivitas fangirling/fanboying di media sosial dapat mengarah ke hal negatif apabila individu memiliki pemahaman yang kurang baik dalam bermedia sosial salah satunya menimbulkan konflik seperti beradu argumen antar fandom atau fanwar (Rinata dan Dewi, 2019), yang merupakan gejala dari cyber-aggression. Cyber-aggression adalah perilaku membahayakan yang sifatnya baru dan unik melalui media komunikasi dan informasi (Runions dan Cross., 2016). Dari beberapa kelompok usia, cyber aggression lebih rentan dilakukan oleh remaja. Hal tersebut sesuai dengan hasil survei nasional Malaysia, dimana lebih dari 70% yang mengidentifikasi dirinya terlibat dengan berbagai bentuk kekerasan online, meliputi mengirim pesan tidak layak, memanggil sebutan kejam atau kasar kepada orang lain, mengunggah foto yang tidak senonoh kepada seseorang, menjadi faker atau seolah-olah menjadi orang lain di media sosial dan mengintimidasi secara online (Yusuf et al., 2021).

3 Menurut Marwoko

(2019), remaja yang melakukan cyber-aggression sebagian besar dipengaruhi oleh kondisi emosional yang belum stabil dan memiliki kaitan dengan hormon. Kondisi emosional yang belum stabil, seperti kurangnya self-control yang dapat menjadi faktor remaja melakukan cyber-aggression, yang mana dapat terjadi oleh penggemar K-Pop. Celebrity worship ialah fenomena kekaguman terhadap figur terkenal yang kadang kali terwujud dalam ketertarikan yang berlebih terhadap kehidupan selebriti (McCutcheon et al., 2021). **29** Celebrity worship yang berlebihan akan sangat merugikan individu karena dirinya rela melakukan apa saja demi idolanya. Nabelliasari dan Widyastuti (2023) mengatakan hal yang serupa bahwa penggemar sebagai celebrity worshiper akan melakukan apa saja demi idolanya seperti membela melalui media sosial untuk menyerang siapapun yang menghina idolanya dengan menggunakan akun palsu. Tingkat celebrity worship yang tinggi dapat mempengaruhi cyber-aggression dengan tipe yang berbeda-beda. Individu dengan tingkat celebrity worship paling rendah, yaitu entertainment-social cenderung tidak melakukan cyber-aggression karena mereka hanya menggunakan internet sebatas hiburan seperti mendengar lagu-lagu dari idolanya. Lalu, untuk celebrity worshiper dengan kategori intense- personal cenderung terlibat dalam perilaku cyber-aggression pada tipe impulsive-aversive aggression. Hal yang melatarbelakangi tindakan tersebut adalah penggemar K-Pop yang ikut sedih dan marah ketika idolanya diejek, sehingga cyber aggression dilakukan secara spontan karena terbawa emosi dan ketika telah dilakukan, penggemar K-Pop merasa lega dan puas. Masih pada kategori celebrity worship yang sama, penggemar K-Pop juga dapat masuk pada cyber- aggression tipe impulsive-appetitive aggression yang mana dilakukan secara spontan karena terbawa oleh emosi, tetapi yang membedakan adalah tindakan ini didorong oleh rasa bangga karena mendapat pengakuan setelah membela idolanya secara publik. Celebrity Worship Intense-Personal dan Celebrity Worship Borderline Pathological memiliki karakteristik yang berbeda yang memengaruhi kecenderungan mereka terhadap perilaku agresi. Individu yang terlibat dalam Celebrity Worship Intense Personal biasanya memiliki keterikatan emosional yang kuat terhadap

idolanya, dengan hubungan yang lebih bersifat positif dan terfokus pada penghayatan. Mereka cenderung mengembangkan perasaan empati dan dukungan terhadap idolanya, sehingga tidak merasa terancam oleh kritik atau konflik yang melibatkan idolanya. Di sisi lain, meskipun individu dengan Celebrity Worship Borderline Pathological menunjukkan perilaku yang lebih ekstrem dan maladaptif, mereka sering kali terjebak dalam pola pikir yang sangat terfokus pada idolanya. Hal ini membuat mereka lebih cenderung untuk merenungkan tindakan mereka sebelum bertindak impulsif. Mereka mungkin merasa bahwa tindakan agresif yang impulsif dapat merusak hubungan dengan idolanya atau citra fandom secara keseluruhan. Dengan demikian, meskipun ada potensi untuk perilaku agresif, individu ini lebih mungkin untuk menahan diri dari tindakan impulsif demi menjaga stabilitas emosional dan citra fandom. Secara keseluruhan, perbedaan dalam kecenderungan terhadap Controlled dan Impulsive Aggression di antara kedua dimensi Celebrity Worship ini berkaitan dengan tingkat keterikatan emosional dan kesadaran sosial yang dimiliki individu terhadap dampak tindakan mereka. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh celebrity worship dengan tipe cyber-aggression pada remaja penggemar K-Pop. **1** Ilustrasi kerangka berpikir dapat dilihat pada gambar 2.2.

1 Gambar 2. 2 Ilustrasi Kerangka Berpikir 2.3

Hipotesis Penelitian
Hipotesis 1: H_a : Intense personal mempengaruhi cyber-aggression tipe impulsive-appetitive
 H_0 : Intense personal tidak mempengaruhi cyber-aggression tipe impulsive-appetitive
Hipotesis 2: H_a : Intense personal mempengaruhi cyber-aggression tipe impulsive-aversive
 H_0 : Intense personal tidak mempengaruhi cyber-aggression tipe impulsive-aversive
Hipotesis 3: H_a : Borderline pathological mempengaruhi cyber-aggression tipe controlled-appetitive
 H_0 : Borderline pathological tidak mempengaruhi cyber-aggression tipe controlled-appetitive
Hipotesis 4: H_a : Borderline pathological mempengaruhi cyber-aggression tipe controlled-aversive
 H_0 : Borderline pathological tidak mempengaruhi cyber-aggression tipe controlled-aversive

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini memakai metode penelitian kuantitatif. **1** Dimana penelitian dilaksanakan berdasarkan pada variabel pengukuran setiap partisipan untuk mendapatkan skor berupa angka yang selanjutnya akan dianalisis secara statistik untuk diinterpretasikan (Gravetter dan Forzano, 2019). Variabel Penelitian.

6 7 26 Penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu celebrity worship sebagai independent variable (IV) dan cyber aggression sebagai dependent variable (DV).

Peneliti menggunakan kedua variabel tersebut untuk mengetahui pengaruh celebrity worship terhadap cyber aggression. 3.2 Variabel Penelitian

3.2.1 Definisi Operasional Variabel Cyber Aggression Secara operasional,

cyber aggression diartikan dengan alat ukur Cyber-aggression typology questionnaire (CATQ) yang bertujuan mengukur empat tipe perilaku cyber aggression, yaitu impulsive-appetitive aggression, controlled-appetitive aggression, impulsive-aversive aggression, dan controlled-aversive aggression.

Semakin besar skor total yang ditunjukkan pada satu tipe cyber aggression menunjukkan semakin tinggi remaja penggemar K-pop yang melakukan perilaku cyber aggression pada salah satu dari keempat tipe tersebut.

Sebaliknya, apabila skor yang diperoleh semakin kecil, maka semakin

rendah perilaku cyber-aggression pada salah satu dari keempat tipe muncul. 3.2 **2 2**

Definisi Operasional Variabel Celebrity Worship Secara operasional, celebrity worship diartikan dengan skor dari Celebrity Attitude Scale (CAS) yang mengukur tiga dimensi perilaku celebrity worship, yaitu intense

personal, borderline pathological, dan entertainment social. Apabila

semakin tinggi skor yang didapat oleh remaja penggemar K-pop maka

semakin tinggi pula pemujaan terhadap selebriti. **2 5 10 27** Sebaliknya, semakin

kecil skor celebrity worship yang diperoleh maka semakin rendah pemujaan

terhadap selebriti yang dialami oleh remaja penggemar K-pop. 3.3 Populasi dan

Sampel Populasi dalam penelitian ini adalah remaja penggemar K-pop dengan

gambaran populasi penggemar K-pop mengacu dari jumlah pengikut akun

fanbase grup K-pop besar di Indonesia. Terdapat @NCT_Indonesia dengan

jumlah 323,5 ribu pengikut di X, @infobts.ina2 dengan 252 ribu pengikut

di Instagram, dan @blackpinkblinkindo dengan 259 ribu pengikut di

Instagram dengan perkiraan jumlah populasi sebesar 834,5 ribu penggemar K-pop pada tahun 2024. Populasi mengacu pada pengikut akun fanbase beberapa grup K-pop besar karena dapat dipastikan setiap pengikut tersebut merupakan penggemar K-pop yang bermain media sosial. Berdasarkan survei yang dilakukan kumparan, diketahui bahwa populasi remaja penggemar K-pop (12-20 tahun) adalah sebesar 57% di Indonesia. Dengan demikian, populasi remaja yang menggemari K-pop dapat diperkirakan sebesar 57% dari 834,5 ribu penggemar sehingga hasil perkiraan populasi pada riset ini sebesar 475,665 penggemar. 2 Angka yang mendekati populasi riset ini berdasarkan tabel Isaac dan Michael (sebagaimana dikutip dalam Amin et al., 2023) sebesar 500.000 dengan significant error 5%, sehingga diperoleh ukuran sampel sebesar 348 subjek. Dalam mengumpulkan sampel, peneliti menggunakan sampel nonprobability sampling. Nonprobability sampling ialah suatu metode pengambilan sampel dari populasi yang tidak sepenuhnya diketahui dan didasarkan oleh beberapa faktor (Gravetter dan Forzano, 2019). 6 8 14 24 28 Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti ialah purposive sampling dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan. Adapun kriteria-kriteria tersebut terdiri dari: remaja, penggemar K-pop, menggunakan sosial media, pernah terlibat fanwar, dan bersedia menjadi partisipan dalam penelitian. Kuesioner disebarluaskan melalui sosial media X dan peneliti juga mengirimkan secara personal ke teman-teman yang memenuhi kriteria partisipan. 1 2 3.4 Instrumen Penelitian Cyber-Aggression Typology Questionnaire (CATQ) sebagai alat ukur untuk mengukur cyber aggression dan Celebrity Attitude Scale (CAS) sebagai alat ukur untuk mengukur celebrity worship, kedua alat ukur tersebut merupakan instrumen pengumpulan data pada riset ini. 2 17 3.4 1 2 3 17 19 1 Deskripsi Instrumen Cyber-Aggression Typology Questionnaire (CATQ) Cyber-Aggression Typology Questionnaire (CATQ) adalah alat ukur yang dikembangkan oleh Runions (2016) dan digunakan untuk mengukur cyber aggression. 2 3 Alat ukur CATQ yang peneliti gunakan merupakan alat ukur yang telah diadaptasi oleh Adinugroho et al. (2022) ke dalam bahasa Indonesia. Alat ukur CATQ mengukur empat tipe cyber-aggression seperti yang tercantum pada tabel

REPORT #24651789

3.1. Tabel 3. 1 Blueprint CATQ Cyber Indikator Nomer Jumlah Aitem
 Aggression Aitem Impulsive aversive aggression Perilaku agresif yang
 dilakukan secara spontan dengan tujuan menyerang atau menghindari, dipicu
 oleh dorongan emosional tanpa perencanaan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8,
 9, 10, 11, 12 12 Controlled aversive aggression Perilaku agresif yang
 dilakukan secara terencana dan terkontrol dengan tujuan menyerang atau
 menghindari konflik, menggunakan strategi tertentu. 13, 14, 15, 16, 17,
 18 6 Controlled appetitive aggression Perilaku agresif yang dilakukan
 secara terencana untuk mendapatkan kepuasan atau keuntungan pribadi,
 seperti perhatian, validasi, atau status. 19, 20, 21, 22, 23, 24 6
 Impulsive appetitive aggression Perilaku agresif yang dilakukan secara
 spontan dengan tujuan mendapatkan kepuasan emosional atau keuntungan
 langsung, tanpa mempertimbangkan konsekuensi 25, 26, 27, 28, 29 5 Total 29 3.4 **2 9 2**

Deskripsi Instrumen Celebrity Attitude Scale (CAS) Celebrity Attitude Scale
 (CAS) adalah alat ukur yang dikembangkan oleh Maltby et al., (2005)
 guna mengukur celebrity worship. **2** Alat ukur CAS yang peneliti gunakan
 merupakan alat ukur yang telah diadaptasi oleh Tresna et al. (2021)
 kedalam bahasa Indonesia dengan nilai Content Validity Ratio (CVR) sebesar 0.890 . Alat
 ukur CAS mengukur tiga dimensi seperti yang tercantum pada tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Blueprint CAS Celebrity Worship Indikator Nomer Aitem Jumlah
 Aitem Entertainment social Penggemar merasa tertarik pada selebriti
 favoritnya karena keahlian mereka dalam memikat perhatian dan memberikan
 hiburan. 4, 6, 9, 13, 15, 18, 21, 22 8 Intense personal Penggemar
 menunjukkan emosi yang intens dan dorongan kompulsif terhadap selebriti,
 yang menyerupai pola perilaku obsesif. 1, 2, 3, 5, 7, 8, 10, 11,
 12, 14, 19 11 Borderline pathological Penggemar menunjukkan sikap dan
 perilaku sosial yang tidak sehat sebagai dampak dari pemujaan berlebihan
 terhadap seorang selebriti. 16, 17, 20 3 Total 22 3.4 **2 3** Pengujian Psikometri
 Peneliti melakukan pengujian psikometri terhadap dua alat ukur, yaitu
 Cyber-Aggression Typology Questionnaire (CATQ) dan Celebrity Attitude Scale
 (CAS) . Untuk melaksanakan uji psikometri, peneliti memberikan kuesioner

online melalui Google Form kepada 63 subjek penggemar K-pop dengan 28 subjek laki-laki dan 35 subjek perempuan. **24** Uji psikometri yang dilakukan adalah uji reliabilitas cronbach alpha . Sementara itu, uji validitas menggunakan construct validity dan kedua uji tersebut dianalisis menggunakan software JASP versi 0.18.3. a. Uji Validitas Cyber-Aggression Typology Questionnaire (CATQ) Construct validity yang digunakan sebagai uji validitas pada penelitian ini Construct validity dilakukan dengan tujuan agar memahami seberapa jauh kemampuan CATQ dalam mengukur konstruk teoritis yang akan diukur. Construct validity dilihat berdasarkan perhitungan korelasi antar skor aitem dengan skor total aitem setiap dimensi (Shultz et al., 2014). Seperti yang dapat dilihat pada Tabel 3.3, dimensi Impulsive Aversive Aggression memiliki rentang skor dari 0,259 – 0,886, $p < 0,001$. Skor dimensi Controlled Aversive Aggression memiliki rentang 0,335 – 0,908, $p < 0,001$. Skor dimensi Controlled Appetitive Aggression memiliki rentang 0,564 – 0,912, $p < 0,001$ dan dimensi Impulsive Appetitive Aggression memiliki rentang skor 0,527 – 0,874, $p < 0,001$. Dari hasil tersebut, dapat dilihat bahwa korelasi antar skor total dari setiap dimensi dengan aitem setiap dimensinya memiliki skor yang memuaskan, yakni 0,567 - 0,912, $p < 0,001$. Tidak hanya itu, koefisien korelasi antar aitem pada setiap dimensinya memiliki skor yang signifikan. Maka dari itu, alat ukur CATQ terbukti valid karena setiap aitem mampu mengukur dimensi-dimensi CATQ pada individu.

Tabel 3. 3 Uji Validitas CATQ Tabel 3. 4 Uji Validitas CATQ Aitem

IAV1	IAV2	IAV3	IAV4	IAV5	IAV6	IAV7	IAV8	IAV9	IAV10	IAV11	IAV12	IAV
IAV Pearson's r	0,840***	0,851***	0,880***	0,795***	0,884***	0,883***	0,647***	0,774***	0,815***	0,886***	0,567***	0,790**
* – IAV1 Pearson's r – IAV2	0,804***	– IA										
V3 Pearson's r	0,801***	0,783***	– IAV4	0,629* *								
* 0,723***	0,668***	– IAV5	0,678***	0,736***								
0,757***	0,783***	– IAV6	0,740***	0,685* *								
* 0,790***	0,733***	0,814***	– IAV7	0,385* *								

REPORT #24651789

0,451*** 0,463*** 0,533*** 0,566*** 0,491*** — IAV8 Pearson
 'sr 0,667*** 0,679*** 0,698*** 0,522*** 0,605*** 0,557***
 * 0,453*** — IAV9 Pearson' sr 0,776*** 0,753*** 0,669***
 0,637*** 0,670*** 0,622*** 0,465*** 0,728*** — IAV10 Pearson
 'sr 0,777*** 0,761*** 0,788*** 0,650*** 0,736*** 0,825***
 * 0,431*** 0,622*** 0,737*** — IAV11 Pearson' s r 0,267* 0.306*
 0,385** 0,259* 0,472*** 0,450*** 0,586*** 0,336** 0,265* 0,495*
 ** — IAV12 Pearson' s r 0,591*** 0.542*** 0,684*** 0,504**
 * 0,660*** 0,771*** 0,380* 0,569*** 0,538*** 0,718***
 0,584** — CAV13 CAV14 CAV15 CAV16 CAV17 CAV18 CAV CAV Pearson' s
 r 0,679*** 0,719*** 0,831*** 0,874*** 0,884*** 0,883** —
 CAV1 3 Pearson' s r — CAV1 4 Pearson' s r 0,760*** — CAV1
 5 Pearson' s r 0,406*** 0,388** — CAV1 6 Pearson' s r 0,35
 5** 0,450*** 0,716*** — CAV1 7 Pearson' s r 0,373* 0,449*
 ** 0,751** 0,908** — CAV1 8 Pearson' s r 0,405*** 0,450**
 * 0,778*** 0,836*** 0,828*** — CAP19 CAP20 CAP21 CAP22 CAP23
 CAP24 CAP CAP Pearson' s r 0,899*** 0,872*** 0,826*** 0,875***
 0,856*** 0,912*** — CAP1 9 Pearson' s r — CAP2 Pearson' s
 r 0,839** — CAP2 1 Pearson' s r 0,685*** 0,564*** — CAP2
 2 Pearson' s r 0,710*** 0,704** 0,753*** — CAP2 3 Pearson'
 s r 0,663*** 0,665*** 0,686*** 0,664*** — CAP2 4 Pearson' s
 r 0,794*** 0,783*** 0,639*** 0,744*** 0,835*** — IAP25 IAP26
 IAP27 IAP28 IAP29 IAP IAP Pearson' s r 0,874*** 0,801*** 0,871*
 ** 0,858*** 0,831*** — IAP25 Pearson' s r — Tabel 3. 4 Uji

Validitas CATQ Keterangan: *p < 0,05 **p < 0,001 ***p > 0,05 IAP26

Pearson' s r 0,587*** — IAP27 Pearson' s r 0,792*** 0,623***

— IAP28 Pearson' s r 0,669*** 0,668*** 0,618*** — IAP29 Pearso

n' s r 0,643*** 0,527*** 0,654*** 0,671*** — b. Uji

Reliabilitas Cyber-Aggression Typology Questionnaire (CATQ) Alat ukur CATQ

diuji reliabilitasnya dengan melihat nilai koefisien Cronbach's alpha. 22 Riset ini

mengacu pada batas minimal koefisien reliabilitas yang baik dengan nilai

0,7 (Shultz et al., 2014). Uji dilaksanakan dilakukan menggunakan software JASP versi 0.18.3 pada alat ukur CATQ sehingga menunjukkan skor reliabilitas pada setiap tipe dari alat ukur CATQ. Skor setiap tipe alat ukur CATQ membuktikan bahwa alat ukur CATQ reliabel sehingga dapat mengukur suatu konstruk dengan konsisten. Tabel 3.5 menunjukkan reliabilitas dari setiap tipe cyber-aggression . Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas CATQ Cyber-aggression Cronbach's α Impulsive aversive aggression 0,948 Controlled aversive aggression 0,896 Controlled appetitive aggression 0,937 Impulsive appetitive aggression 0,901 c. Analisis Aitem Cyber-Aggression Typology Questionnaire (CATQ) Azwar, (2012) mengatakan bahwa aitem dengan koefisien nilai $\geq 0,30$ merupakan aitem yang memiliki daya beda baik. Mengacu dari nilai tersebut, setelah dilakukan analisis aitem terhadap setiap dimensi maka dapat disimpulkan terdapat daya beda yang baik oleh aitem dari alat ukur CATQ sehingga tidak ada aitem yang perlu dieliminasi. Tabel 3. 6 Analisis Aitem Dimensi Impulsive Aversive Aggression Item Item-rest correlation IA 1 0,806 IA 2 0,821 IA 3 0,856 IA 4 0,749 IA 5 0,855 IA 6 0,857 IA 7 0,580 IA 8 0,724 IA 9 0,777 IA 10 0,862 IA 11 0,489 IA 12 0,739 Tabel 3. 7 Analisis Aitem Dimensi Controlled Aversive Aggression Item Item-rest correlation CA 13 0,542 CA 14 0,593 CA 15 0,745 CA 16 0,813 CA 17 0,823 CA 18 0,820 Tabel 3. 8 Analisis Aitem Dimensi Controlled Appetitive Aggression Item Item-rest correlation CA 19 0,846 CA 20 0,811 CA 21 0,748 CA 22 0,814 CA 23 0,794 CA 24 0,873 Tabel 3. 9 Analisis Aitem Dimensi Impulsive Appetitive Aggression Item Item-rest correlation IA 25 0,792 IA 26 0,695 IA 27 0,792 IA 28 0,774 IA 29 0,723 d. Uji Validitas Celebrity Attitude Scale (CAS) Construct validity yang digunakan sebagai uji validitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan alat ukur CAS dalam mengukur konstruk teoritis yang akan di ukur. Construct validity dilihat berdasarkan perhitungan korelasi antar skor aitem dengan skor total aitem pada masing-masing dimensi (Shultz et al., 2014). Seperti yang dapat dilihat pada Tabel

Reliabilitas Celebrity Attitude Scale (CAS) Pengujian reliabilitas alat ukur CAS Cronbach's alpha mengacu pada batas minimal koefisien reliabilitas yang baik dengan nilai 0,7 (Shultz et al., 2014). Alat ukur CAS menunjukkan skor Cronbach's α sebesar 0,918. Skor tersebut membuktikan bahwa alat ukur CAS reliabel sehingga dapat mengukur suatu konstruk dengan konsisten. Tabel 3.10 menunjukkan reliabilitas alat ukur CAS. Tabel 3. 11 Uji Reliabilitas CAS Cyber-aggression Cronbach's α Entertainment social 0,817 Intense personal 0,914 Borderline pathological 0,719 Total reliabilitas 0,906 f. Analisis Aitem Celebrity Attitude Scale (CAS) Azwar, (2012) mengatakan bahwa aitem dengan koefisien nilai $\geq 0,3$ 0 merupakan aitem yang memiliki daya beda baik. Mengacu dari nilai tersebut, setelah dilakukan analisis aitem maka dapat disimpulkan terdapat daya beda yang baik oleh aitem dari alat ukur CAS sehingga tidak ada aitem yang perlu dieliminasi. Tabel 3. 12 Analisis Aitem CAS Item Item-rest correlation IP 1 0,506 IP 2 0,531 IP 3 0,684 ES 4 0,526 IP 5 0,680 Item Item-rest correlation ES 6 0,364 IP 7 0,427 IP 8 0,786 ES 9 0,434 IP 10 0,745 IP 11 0,648 IP 12 0,650 ES 13 0,536 IP 14 0,769 ES 15 0,567 BP 16 0,800 BP 17 0,613 ES 18 0,363 IP 19 0,754 BP 20 0,416 ES 21 0,464 ES 22 0,586 3.5

Teknik Analisis Data Semua data yang sudah dikumpulkan nantinya diolah dengan bantuan JASP 0.18

36

3. Teknik analisis yang digunakan adalah: 1.

7

Statistik Deskriptif Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk

mendapatkan gambaran terkait subjek yang terlibat dalam penelitian. Gambaran subjek

yang peneliti lihat dari penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia,

menggemari grup K-pop apa saja, sudah menjadi penggemar K-pop berapa

lama, aktif pada media sosial apa, dan apakah pernah terlibat dalam fanwar atau tidak.

1

2 2. Uji Asumsi Uji regresi dapat dilakukan apabila empat uji

asumsi sebagai syarat telah terpenuhi, yang terdiri dari: a. Uji

Normalitas Peneliti menggunakan normalitas Shapiro-Wilk untuk guna melihat

apakah variabel dependen berdistribusi secara normal. Data dapat dianggap

berdistribusi normal apabila $P > 0,05$ (Goss-Sampson, 2022). b.

1

2

18

Uji Linearitas

Pengujian linearitas akan dilakukan menggunakan Q-Q plots dengan tujuan untuk mengetahui adak tidaknya korelasi yang linear antar variabel dependen dan variabel independen (Goss-Sampson, 2022). Apabila titik-titik sejajar dengan garis diagonal, maka hasil uji dapat dikatakan linear. c. Uji Homoscedasticity Pengujian homoscedasticity dilakukan untuk melihat variasi dari data yang diuji seimbang. 2 Titik-titik yang tersebar di sekitar garis regresi normalitas harus mempunyai varian yang sama, sebarannya acak tanpa membentuk pola apapun (Goss-Sampson, 2022). d. Uji Independent Error Uji independen eror dilakukan untuk memastikan bahwa data tidak dipengaruhi data lain dengan menggunakan durbin-watson . Data dikatakan independen apabila skornya berada antara 1 dan 3 (Goss- Sampson, 2022). 2 3. Regresi Linear Sederhana Apabila asumsi pengujian homoskedastisitas dan normalitas telah sesuai dan memenuhi, uji regresi linear dapat dilakukan (Goss-Sampson, 2022). Uji regresi dilakukan untuk mengetahui pengaruh celebrity worship terhadap cyber aggression.

2 Namun, analisis regresi logistik akan dilakukan apabila asumsi tidak terpenuhi.

3.6 Prosedur Penelitian Selanjutnya, peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner online menggunakan google form kepada partisipan yang sesuai dengan kriteria subjek. Data disebarkan melalui Twitter, Instagram, Telegram dan lainnya. Peneliti juga menyebarkan kuesioner kepada teman-teman peneliti yang memiliki minat yang sama terhadap grup K-pop dan meminta bantuan untuk disebarkan lagi kepada kenalan-kenalan sesama penggemar K-pop. Ketika sampel sudah memenuhi, peneliti akan mengecek dan menghapus responden yang tidak memenuhi kriteria subjek dalam penelitian ini.

Kemudian, peneliti akan melakukan skoring menggunakan Microsoft Excel untuk selanjutnya dilakukan analisis data untuk menguji normalitas, linearitas, homoskedastisitas, independen eror, dan regresi linear atau logistik dengan bantuan software JASP 0.18.3. Setelah olah data selesai dilakukan, peneliti akan menginterpretasikan hasil dari olahan data tersebut. 1 4 16

BAB IV
HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN 4.1 Gambaran Subjek Penelitian Subjek pada penelitian ini adalah remaja penggemar K-pop dengan rentang usia 15-21

tahun dan pernah terlibat dalam cyber-aggression di media sosial. 1 32 Kuesioner

disebarkan dalam bentuk google form ke beberapa platform media sosial, seperti X dan Instagram. Kuesioner disebar dari bulan November 2024 hingga Desember 2024 dan telah terkumpul sebanyak 430 responden sebagai subjek akhir penelitian. 4.1.1 Gambaran Demografis Subjek Penelitian Tabel 4.1 menunjukkan gambaran demografis subjek penelitian ini yang terdiri dari jenis kelamin dan usia. Berdasarkan data yang diperoleh, subjek secara keseluruhan berjumlah 430 remaja penggemar K-pop dengan rentang usia 15-21 tahun. Berdasarkan tabel 4.1, mayoritas responden adalah perempuan (55,8%) dengan usia 20 tahun (23,0%) dan bentuk fanwar yang mendominasi adalah mencaci-maki pengguna lain melalui postingan (48,4%).

Tabel 4. 1 Gambaran Demografis Subjek Penelitian (N = 363) Variabel Frekuensi Persentase (%) Jenis Kelamin Perempuan 240 55,8% Laki-laki 190 44,2% Usia (15-21 tahun) 15 23 5,3% 16 51 11,9% 17 43 10,0% 18 63 14,6% 19 74 17,2% 20 99 23,0% 21 77 17,9% Bentuk fanwar Mencaci-maki pengguna lain melalui postingan 208 48,4% Membuat akun anonymous khusus untuk mengunggah konten hinaan 163 37,9% Mengirim pesan ancaman terhadap pengguna lain melalui DM 59 13,7%

4.2 Gambaran Subjek Penelitian Pada bagian ini, dibahas gambaran umum dari dua variabel penelitian yang terdiri dari celebrity worship dan cyber aggression . 4.2

1 1

Gambaran Variabel Cyber Aggression Peneliti menggunakan Z-score sebagai ukuran standar dalam membagi partisipan ke dalam tipe-tipe cyber aggression . Z-score

adalah alat statistik yang berguna untuk standarisasi data, yang memungkinkan peneliti untuk membandingkan data dari distribusi yang berbeda, terutama ketika data tidak memiliki satuan pengukuran yang sama atau ketika variabelnya tidak terdistribusi normal. Z-score dilakukan menggunakan JASP untuk membandingkan skor individual partisipan dengan rata-rata distribusi perilaku cyber aggression pada keseluruhan sampel. Skor individu yang tertinggi diantara yang lainnya, menunjukkan individu terdapat pada tipe cyber aggression tersebut. Tabel 4. 2 Gambaran Variabel Cyber Aggression pada Setiap Tipe (N=430) Tipe Cyber Aggression Frekuensi Persentase (%) IAV 98 22,8% CAV 80 18,6% CAP 125 29,1% IAP 127

29,5% Mengacu pada tabel 4.2, tipe cyber aggression yang paling banyak ialah impulsive appetitive aggression (IAV) dengan frekuensi sebanyak 127 remaja (29,5%). Sementara itu, tipe controlled aversive aggression (CAV) memiliki frekuensi yang paling sedikit sebanyak 80 remaja (18,6%).

4.2.2 Gambaran Variabel Celebrity Worship

Peneliti membagi gambaran variabel celebrity worship menjadi dua bagian, yaitu rendah dan tinggi. **9 20** Celebrity worship yang rendah mewakili partisipan dengan dimensi entertainment social dan yang tinggi mewakili partisipan dengan gabungan dimensi intense personal dan borderline pathological. **12** 3 Gambaran Variabel Celebrity Worship (N=430)

Celebrity Worship	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	0	0%
Tinggi	430	100%

Mengacu pada tabel 4.3, partisipan dengan celebrity worship rendah memiliki frekuensi sebanyak remaja (0%) dan partisipan dengan celebrity worship tinggi memiliki frekuensi sebanyak 430 (100%). **1** 4.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji regresi logistik. Tahap yang dilakukan ialah mengategorikan setiap tipe CA dengan memberikan skor 1 yang menyatakan bahwa responden mewakili salah satu tipe CA dan skor 0 untuk tipe CA yang lainnya. **1** Pada hipotesis pertama, skor 1 mewakili tipe IAV dan skor 0 untuk tipe CA yang lainnya. Hipotesis kedua, skor 1 mewakili tipe IAP dan skor 0 untuk tipe CA yang lainnya. Hipotesis ketiga, skor 1 mewakili tipe CAV dan skor 0 untuk tipe CA yang lainnya. Hipotesis keempat, skor 1 mewakili tipe CAP dan skor untuk tipe CA yang lainnya. Uji regresi logistik dilakukan oleh peneliti guna mengetahui pengaruh masing-masing dimensi celebrity worship terhadap tipe cyber aggression pada remaja penggemar K-pop.

4.3 Uji Hipotesis 1 (Pengaruh IP Terhadap IAP)

Hasil uji regresi logistik pada tabel 4.5 menunjukkan celebrity worship tipe intense personal memiliki pengaruh signifikan terhadap cyber aggression tipe impulsive appetitive aggression, $X^2(428) = 9,902$ $p < 0,01$, $R^2 = 0,032$ yang mengindikasikan bahwa tipe intense personal hanya mampu menjelaskan 3,2% variabilitas dalam perilaku impulsive appetitive aggression. Nilai tersebut merupakan pengaruh yang kecil karena nilai R^2 di bawah 9% apabila mengacu pada batasan Cohen

REPORT #24651789

(Cohen, 1988). Tabel 4. 4 Hasil Uji Regresi Logistik Intense Personal terhadap Impulsive Appetitive Aggression Regressi on Predictor Odds ratio

R^2 Sensitivity Specificity 1 Intercept - 0,032** 0,000 0,980 Intense

personal 0,957 - 2 Intercept - 0,082** * 0,031 0,954 Intense personal

0,922 Usia 1,025 Self-control 1,058 Jenis kelamin a 1,859 Note. a

Laki-laki=1, Perempuan=0. * $p < 0.05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$. 4 Uji hasil regresi

logistik memperlihatkan nilai odds ratio yang digunakan sebagai acuan

dalam penambahan skor yang mendefinisikan besar ukuran suatu variabel (Goss-Sampson, 2022).

1 Hasil menunjukkan odds ratio lebih kecil dari satu, dengan besar

0,957, yang artinya setiap terjadi penambahan 1 skor IP maka akan

menurunkan 0,957 CA tipe IAP. Selain itu, memiliki akurasi sensitivitas

untuk memprediksi data sebesar 0% serta nilai specificity sebesar 98%. Kemudian,

usia, self-control, dan jenis kelamin ditambahkan sebagai prediktor dan

meningkatkan nilai R^2 sebesar 0,050. Secara keseluruhan, penambahan

prediktor memberikan kontribusi signifikan IP terhadap IAP. 4.3.2 Uji

Hipotesis 2 (Pengaruh IP Terhadap IAV) Hasil uji regresi logistik pada

tabel 4.4 menunjukkan celebrity worship tipe intense personal memiliki

pengaruh signifikan terhadap cyber aggression tipe impulsive aversive

aggression, $X^2(428) = 6,364$ $p < 0,01$, $R^2 = 0,02$ yang mengindikasikan ba

hwa tipe intense personal hanya mampu menjelaskan 2,0% variabilitas dalam

perilaku impulsive aversive aggression. 1 Nilai tersebut termasuk ke dalam

pengaruh yang kecil karena nilai R^2 di bawah 9% apabila mengacu pada

batasan Cohen (Cohen, 1988). Artinya, nilai IP memiliki pengaruh yang kecil terhadap IAV.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Regresi Logistik Intense Personal terhadap

Impulsive Aversive Aggression Regressi on Predictor Odds ratio R^2 Sensiti

vity Specificity 1 Intercept - 0,020** 0,014 0,986 Intense personal

0,966 - 2 Intercept - 0,212** * 0,493 0,847 Intense personal 0,893

Usia 1,142 Self-control 1,127 Jenis kelamin a 3,403 Note. a Laki-laki=

1, Perempuan=0. * $p < 0.05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$. 4 Uji hasil regresi logistik

memperlihatkan nilai odds ratio yang digunakan sebagai acuan dalam

penambahan skor yang mendefinisikan besar ukuran suatu variabel (Goss-Sampson, 2022).

1 Hasil menunjukkan odds ratio lebih kecil dari satu dengan besar 0,966, yang artinya setiap terjadi penambahan 1 skor IP maka akan menurunkan 0,966 CA tipe IAV. Selain itu, memiliki akurasi sensitivitas untuk memprediksi data sebesar 1,4% serta nilai specificity sebesar 98,6%. Kemudian, usia, self-control, dan jenis kelamin ditambahkan sebagai prediktor dan meningkatkan nilai R^2 sebesar 0,292 yang menunjukkan pengaruh IP terhadap IAV menjadi lebih besar. Secara keseluruhan, penambahan prediktor memberikan kontribusi signifikan IP terhadap IAV.

4.3.3 Uji Hipotesis 3 (Pengaruh BP Terhadap CAP)

Hasil uji regresi logistik pada tabel 4.7 menunjukkan celebrity worship tipe borderline pathological memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cyber aggression tipe controlled appetitive aggression, $X^2(428) = 222,116$, $p < 0,001$, $R^2 = 0,576$ yang mengindikasikan bahwa tipe borderline pathological mampu menjelaskan 57,6% variabilitas dalam perilaku controlled appetitive aggression.

1 Nilai tersebut merupakan pengaruh yang besar karena nilai R^2 di atas 9% apabila mengacu pada batasan Cohen (Cohen, 1988).

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Logistik

Borderline Pathological terhadap Controlled Appetitive Aggression

Predictor	Odds ratio	R^2	Sensitivity	Specificity
1 Intercept	-0,576**			
* 0,752	0,856	Borderline pathological	1,724	-2 Intercept -0,584** *
0,872	0,830	Borderline pathological	1,665	Usia 0,980
		Self-control	1,044	Jenis kelamin a 0,629

Note. a Laki-laki=1, Perempuan=0. * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.

4 Uji hasil regresi logistik memperlihatkan nilai odds ratio yang digunakan sebagai acuan dalam penambahan skor yang mendefinisikan besar ukuran suatu variabel (Goss-Sampson, 2022). Hasil menunjukkan odds ratio lebih besar dari satu dengan besar 1,724, yang artinya setiap terjadi penambahan 1 skor BP maka akan menaikkan 1,724 CA tipe CAP.

1 Selain itu, memiliki akurasi sensitivitas untuk memprediksi data sebesar 75,2% serta nilai specificity sebesar 85,6%. Kemudian, usia, self-control, dan jenis kelamin ditambahkan sebagai prediktor dan meningkatkan nilai R^2 sebesar 0,008. Secara keseluruhan, penambahan prediktor memberikan kontribusi signifikan BP terhadap CAP.

4.3.4 Uji Hipotesis 4 (Pengaruh BP Terhadap CAV)

Hasil

uji regresi logistik pada tabel 4.6 menunjukkan celebrity worship tipe borderline pathological memiliki pengaruh signifikan terhadap cyber aggression tipe controlled aversive aggression, $X^2(428) = 80,946$, $p < 0,001$, $R^2 = 0,245$ yang mengindikasikan bahwa tipe borderline pathological mampu menjelaskan 24,5% variabilitas dalam perilaku controlled aversive aggression. **1** Nilai tersebut merupakan pengaruh yang besar karena nilai R^2 di atas 9% apabila mengacu pada batasan Cohen (Cohen, 1988).

Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Logistik Borderline Pathological terhadap Controlled Aversive Aggression Regresi on Predictor Odds ratio R^2

Sensitivity Specificity 1 Intercept - 0,245** * 0,315 0,879

Borderline pathological 1,288 - 2 Intercept - 0,343** * 0,347 0,873

Borderline pathological 1,389 Usia 1,088 Self-control 1,058 Jenis kelamin

a 0,783 Note. a Laki-laki=1, Perempuan=0. * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$. **4** Uji

hasil regresi logistik memperlihatkan nilai odds ratio yang digunakan sebagai acuan dalam penambahan skor yang mendefinisikan besar ukuran suatu variabel (Goss-Sampson, 2022). Hasil menunjukkan odds ratio lebih besar dari satu dengan besar 1,288, yang artinya setiap terjadi penambahan 1 skor BP maka akan menaikkan 1,288 CA tipe CAV. **1** Selain itu, hasil menunjukkan

memiliki akurasi sensitivitas untuk memprediksi data sebesar 31,5% serta nilai specificity sebesar 87,3%. Kemudian, usia, self-control, dan jenis kelamin ditambahkan sebagai prediktor dan meningkatkan nilai R^2 sebesar 0,098. Secara keseluruhan, penambahan prediktor memberikan kontribusi signifikan BP terhadap CAV. Gambar 4. **1** Hasil Pengujian Hipotesis BAB V

PENUTUP 5.1 Kesimpulan Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi celebrity worship (CW) terhadap tipe cyber aggression (CA) pada remaja penggemar K-pop. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa dimensi CW intense personal (IP) memiliki pengaruh kecil terhadap CA tipe impulsive aversive aggression (IAV) dan impulsive appetitive aggression (IAP). Di sisi lain, dimensi CW borderline pathological (BP) memiliki pengaruh besar terhadap CA tipe controlled aversive aggression (CAV) dan controlled appetitive aggression (CAP). **1 Dengan demikian, keseluruhan**

hipotesis dalam penelitian terpenuhi, yang menunjukkan adanya pengaruh dari setiap dimensi CW terhadap tipe CA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi celebrity worship berpengaruh terhadap tipe-tipe cyber aggression, sesuai dengan tujuan penelitian yang bertujuan untuk memahami hubungan antara keterlibatan emosional penggemar K-pop dan perilaku agresif online.

5.2 Diskusi Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa celebrity worship (CW) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tipe cyber aggression (CA) sesuai dengan dimensi yang mendasari keterlibatan remaja dalam menggemari selebriti K-pop. Dimensi intense personal memiliki pengaruh yang kecil, dikarenakan keterlibatan emosional cenderung bersifat ledakan yang sementara dan memiliki orientasi internal yang menekankan pada makna pengalaman masing-masing. Sementara itu, borderline pathological memiliki pengaruh yang besar dikarenakan adanya keterlibatan pemikiran untuk merencanakan suatu tindakan dan adanya emosi obsesif yang mendorong perilaku agresif yang terencana dan berorientasi eksternal. Terdapat penelitian dengan hasil serupa, tetapi dengan partisipan yang berbeda, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Wardhana et al (2024) yang menunjukkan terdapat pengaruh signifikan CW terhadap CA pada penggemar BTS dewasa awal. Secara lebih detail, penelitian yang dilakukan peneliti mendapatkan hasil bahwa CW dimensi intense personal (IP) memiliki pengaruh signifikan terhadap CA tipe impulsive appetitive aggression (IAP) dan impulsive aversive aggression (IAV). Kemudian, CW dimensi borderline pathological (BP) memiliki pengaruh signifikan terhadap CA tipe controlled appetitive aggression (CAP) dan controlled aversive aggression (CAV). Remaja penggemar K-pop pada dimensi IP memiliki pengaruh signifikan terhadap CA tipe IAP dan IAV. Dimensi IP mencerminkan hubungan emosional intens yang individu miliki terhadap selebriti yang dikaguminya. Pengaruhnya terhadap CA tipe IAV dan IAP ialah keterlibatan emosional yang dapat meningkatkan kecenderungan individu untuk merespons impuls secara agresif dalam konteks online. Temuan ini dapat dijelaskan dengan mengenali karakteristik dari IP sendiri. Temuan Maltby et al (2004) menyatakan bahwa individu pada

dimensi IP menggunakan coping mechanism , seperti penyangkalan dan penghindaran untuk mengelola emosi negatif. Hal tersebut dapat mendorong individu pada dimensi IP dalam melakukan perilaku agresif secara impulsif di media sosial sebagai cara untuk melampiaskan frustrasi atau melindungi identitas emosional mereka. Kemudian, CW dimensi BP mencerminkan keterlibatan yang obsesif dan tidak sehat terhadap selebriti yang dikaguminya, yang sering kali disertai dengan pola pikir dan perilaku maladaptif atau ekstrim. Pengaruhnya dengan CA tipe CAV dan CAP ialah individu pada dimensi ini cenderung merencanakan dan mengontrol agresi yang mereka lakukan dalam konteks online untuk mencapai tujuannya. Penelitian yang dilakukan oleh Ashe et al (2005) menunjukkan bahwa individu dengan dimensi BP cenderung menunjukkan karakteristik narsistik dan kontrol agresif yang strategis dalam hubungan interpersonal mereka. Hal tersebut dapat mendukung hasil peneliti yang menyatakan bahwa CA tipe controlled lebih sering dilakukan secara sadar untuk memanipulasi atau mendominasi orang lain dalam konteks digital. Faktor self-control ditambahkan sebagai analisis tambahan dan menunjukkan hasil yang signifikan terhadap impulsive aversive aggression dan controlled aversive aggression , yang mana keduanya didasari oleh motif aversive. Self-control yang signifikan mengartikan bahwa self-control remaja dapat memengaruhi sejauh mana mereka pada dimensi IP dan BP cenderung melakukan cyber aggression (CA) dengan motif aversive . Temuan ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa kontrol diri yang tinggi pada remaja berdampak pada kemampuan individu untuk mengendalikan pikiran, menunjukkan lebih sedikit kontrol impuls, memiliki penyesuaian psikologis yang lebih baik, membangun hubungan interpersonal yang sehat, menghindari perilaku agresif, dan menjaga kestabilan emosi (Tangney et al dalam Nisa et al., 2024). Kombinasi tersebut menjadi mekanisme penting dalam mencegah cyber aggression dengan motif aversive dimana perilaku agresi individu didorong oleh emosi negatif. Sebaliknya, temuan tersebut juga mendukung hasil yang menunjukkan bahwa self-control sebagai faktor tidak signifikan terhadap

cyber aggression tipe appetitive. Artinya, faktor self-control tidak cukup untuk menghalangi perilaku agresi yang bertujuan untuk mendapatkan kepuasan tertentu, seperti perhatian, atau pengakuan sosial.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Metodologis

a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor self-control berperan signifikan dalam tipe-tipe cyber-aggression, terutama tipe impulsive aversive aggression (IAV) dan controlled aversive aggression (CAV), tetapi tidak berpengaruh terhadap tipe CA dengan motif appetitive. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan moderasi yang lebih luas, seperti self-control, guna memahami secara lebih mendalam tipe agresi mana yang lebih rentan terhadap cyber aggression dalam konteks fanwar dan interaksi digital.

b. Temuan menunjukkan dimensi intense personal (IP) dalam celebrity worship (CW) cenderung memicu impulsive appetitive aggression (IAP) dan impulsive aversive aggression (IAV), sementara dimensi borderline pathological (BP) lebih berkaitan dengan controlled appetitive aggression (CAP) dan controlled aversive aggression (CAV). Maka, penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan faktor-faktor lain, seperti faktor kepribadian agar dapat memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai pengaruh dimensi CW terhadap perilaku CA.

c. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anonimitas dalam dunia digital dapat memengaruhi perilaku agresif remaja, terutama dalam konteks fanwar. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengidentifikasi jenis akun yang digunakan oleh partisipan saat terlibat dalam fanwar, baik akun utama (1st account) dengan identitas resmi maupun akun kedua atau ketiga (2nd/3rd account) dengan identitas artifisial. Hal ini penting untuk mengkaji transparansi identitas, karena tingkat keterbukaan identitas dapat memengaruhi dinamika perilaku cyber aggression serta memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai faktor anonimitas dalam interaksi online.

5.3.2 Saran Praktis

a. Temuan menunjukkan bahwa remaja yang memiliki keterlibatan emosional intens terhadap selebriti dapat menunjukkan perilaku agresif di dunia maya. Oleh karena itu, remaja disarankan untuk menyeimbangkan konsumsi media terkait

REPORT #24651789

selebriti dengan aktivitas di luar dunia maya yang mendukung pengembangan diri b. Orang tua memiliki peran penting dalam membimbing remaja dalam menggunakan media sosial secara bijak untuk menghindari perilaku cyber aggression. Berdasarkan hasil penelitian, edukasi tentang dampak media sosial serta pentingnya kontrol diri dalam berinteraksi secara online menjadi aspek yang perlu diberikan kepada remaja. c. Instansi pendidikan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk mengembangkan program psikoedukasi mengenai kesadaran hukum dan etika dalam interaksi digital, seperti pemahaman tentang UU ITE dan implikasinya terhadap perilaku di media sosial, guna mencegah meningkatnya kasus cyber aggression di kalangan remaja.



REPORT #24651789

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	6.05% eprints.upj.ac.id	● ●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9127/16/16.%20Bukti%20Lolos%20Plagiarism...	
INTERNET SOURCE		
2.	4.05% eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7675/10/BAB%20III.pdf	
INTERNET SOURCE		
3.	1.6% download.garuda.kemdikbud.go.id	●
	http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3457137&val=301...	
INTERNET SOURCE		
4.	1.16% eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6032/12/11.%20BAB%204.pdf	
INTERNET SOURCE		
5.	0.82% repository.unissula.ac.id	●
	http://repository.unissula.ac.id/28880/1/Psikologi_30701800006_fullpdf.pdf	
INTERNET SOURCE		
6.	0.73% repository.unibos.ac.id	●
	https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/7153/2023%...	
INTERNET SOURCE		
7.	0.61% repository.uinjkt.ac.id	●
	https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/77982/1/DJAKIYAH%...	
INTERNET SOURCE		
8.	0.54% repository.unibos.ac.id	●
	https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2932/2022%...	
INTERNET SOURCE		
9.	0.5% repository.uinjkt.ac.id	●
	https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81840/1/YUNITA%2...	



REPORT #24651789

INTERNET SOURCE		
10.	0.43% repository.uir.ac.id https://repository.uir.ac.id/9618/1/Nelvi%20Afrilia.pdf	●
INTERNET SOURCE		
11.	0.4% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9231/9/9.%20Bab%202.pdf	●
INTERNET SOURCE		
12.	0.39% online-journal.unja.ac.id https://online-journal.unja.ac.id/jpima/article/download/30070/17587/93960	●
INTERNET SOURCE		
13.	0.38% apps.um-surabaya.ac.id https://apps.um-surabaya.ac.id/pkm2023/upload/surat_keluar/9006-PROPOSAL..	●
INTERNET SOURCE		
14.	0.35% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/78928/1/ABDUL%20..	●
INTERNET SOURCE		
15.	0.34% scholar.unand.ac.id http://scholar.unand.ac.id/215075/8/BAB%201%20Pendahuluan.pdf	●
INTERNET SOURCE		
16.	0.29% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6180/11/11.%20BAB%20IV.pdf	●
INTERNET SOURCE		
17.	0.28% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4381/9/10.%20BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
18.	0.28% jurnal.peneliti.net https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/6869/5873/	●
INTERNET SOURCE		
19.	0.27% www.academia.edu https://www.academia.edu/108282509/Gambaran_Cyber_Aggression_Remaja_P..	●
INTERNET SOURCE		
20.	0.25% journal3.um.ac.id https://journal3.um.ac.id/index.php/psi/article/download/1927/1474	●



REPORT #24651789

INTERNET SOURCE		
21.	0.25% digilib.ulm.ac.id https://digilib.ulm.ac.id/archive/digital/download.php?tkn=17fe4c67db8a5cf98f...	●
INTERNET SOURCE		
22.	0.25% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9228/10/10.%20Bab%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
23.	0.25% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/75588/1/NURHANIS...	●
INTERNET SOURCE		
24.	0.24% journal.unm.ac.id https://journal.unm.ac.id/index.php/JMATHCOS/article/download/4240/2644/12..	●
INTERNET SOURCE		
25.	0.21% repository.ubharajaya.ac.id http://repository.ubharajaya.ac.id/24438/2/201910515255_Dita%20Syafebti_BA...	●
INTERNET SOURCE		
26.	0.19% repository.stiegici.ac.id https://repository.stiegici.ac.id/document/download/bbaf898e-76d1-498c-81bf...	●
INTERNET SOURCE		
27.	0.18% repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/23308/1/LEFI%20EKA%20SANDIA_HUBUNGAN%..	●
INTERNET SOURCE		
28.	0.15% www.academia.edu https://www.academia.edu/92320099/Pengaruh_Struktur_Modal_Profitabilitas...	●
INTERNET SOURCE		
29.	0.15% repositori.uma.ac.id https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/18452/1/188600122%20-%20...	●
INTERNET SOURCE		
30.	0.14% www.atlantis-press.com https://www.atlantis-press.com/article/125940632.pdf	●
INTERNET SOURCE		
31.	0.14% jurnal.wicida.ac.id https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/download/2462/908/9460	●



REPORT #24651789

INTERNET SOURCE		
32.	0.13% repository.unika.ac.id https://repository.unika.ac.id/30356/4/17.I2.0018-PATRICIA%20JESSLYN%20OSM	●
INTERNET SOURCE		
33.	0.11% pmc.ncbi.nlm.nih.gov https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8574017/	●
INTERNET SOURCE		
34.	0.09% repository.upi.edu http://repository.upi.edu/66995/2/S_BSI_1705398_Chapter1.pdf	●
INTERNET SOURCE		
35.	0.08% cyberpsychology.eu https://cyberpsychology.eu/article/view/14475	●
INTERNET SOURCE		
36.	0.05% www.researchgate.net https://www.researchgate.net/publication/360898792_PENGARUH_KEMATANGA..	●
INTERNET SOURCE		
37.	0.05% eprints.umpo.ac.id http://eprints.umpo.ac.id/8622/4/BAB%202.pdf	●

● QUOTES

INTERNET SOURCE		
1.	0.25% cyberpsychology.eu https://cyberpsychology.eu/article/view/14475	
INTERNET SOURCE		
2.	0.19% pmc.ncbi.nlm.nih.gov https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8574017/	
INTERNET SOURCE		
3.	0.18% www.atlantis-press.com https://www.atlantis-press.com/article/125940632.pdf	
INTERNET SOURCE		
4.	0.13% digilib.uinsa.ac.id http://digilib.uinsa.ac.id/59916/2/Delvina%20Alifah%20Rahma_J71218037%20o...	



REPORT #24651789

INTERNET SOURCE

5. **0.13%** apps.um-surabaya.ac.id

https://apps.um-surabaya.ac.id/pkm2023/upload/surat_keluar/9006-PROPOSAL..

INTERNET SOURCE

6. **0%** repository.ubharajaya.ac.id

http://repository.ubharajaya.ac.id/24438/2/201910515255_Dita%20Syafebti_BA...