

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Definisi Cyber Aggression

Grigg mengatakan “*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*” (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:

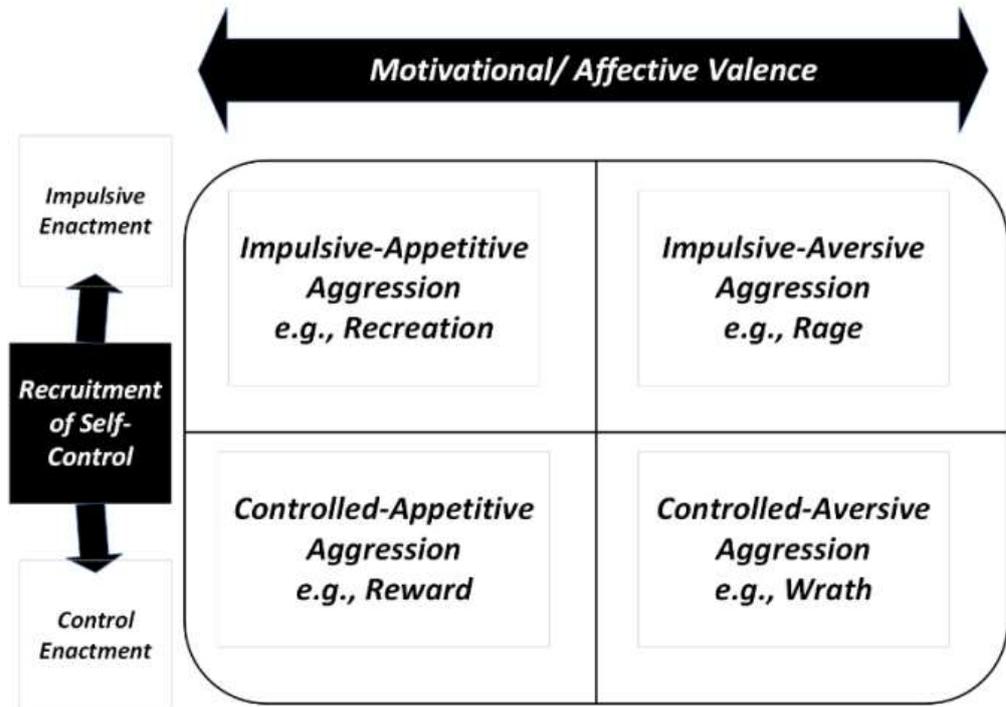
a. *Motivational/Affective valence*

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. *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*. 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 agresif 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 agresif 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 ortogonal *recruitment of self control* disertai dengan tujuan untuk menghasilkan emosi positif dalam berperilaku agresif akan membentuk kuadran *controlled aversive aggression*. 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 ortogonal *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. 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.

2.1.4 Definisi Celebrity Worship

Maltby et al. mengartikan *celebrity worship* sebagai “*abnormal type of parasocial relationship, driven by absorption and addictive elements and which potentially has significant clinical sequelae*” (Maltby et al., 2003, hlm. 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.

Sementara itu, *celebrity worship* menurut McCutcheon et al. “*is an increased admiration towards a famous person, which sometimes manifests in an excessive interest in the life of a celebrity*” (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.

a. *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.

b. *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.

c. *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:

a. 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). 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). *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.

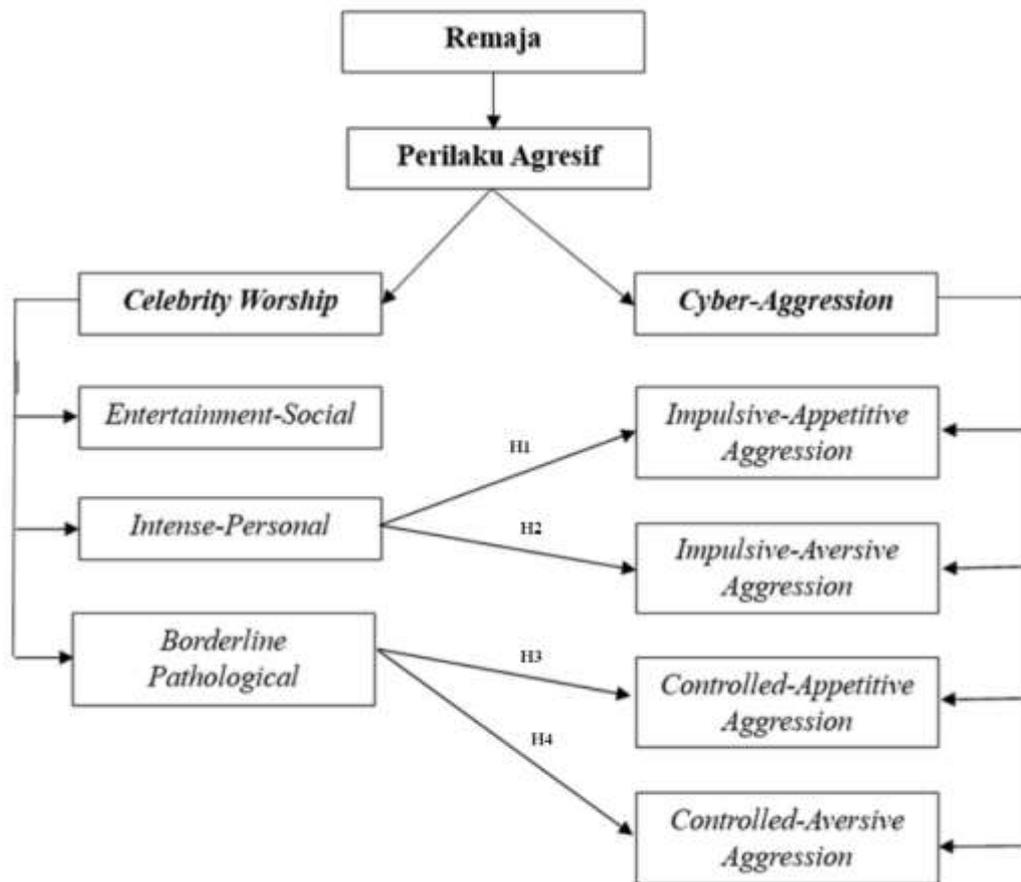
Tingkat *celebrity worship* yang tinggi dapat mempengaruhi *cyber-aggression* dengan tipe yang berbeda-beda. Individu dengan tingkat *celebrity worship* paling rendah, yaitu *entertainment-social* cenderung tidak melakukan *cyber-aggression* karena mereka hanya menggunakan internet sebatas hiburan seperti 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. Ilustrasi kerangka berpikir dapat dilihat pada gambar 2.2.



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*