

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Internet merupakan salah satu bentuk teknologi yang dapat mempermudah akses penyebaran informasi dan budaya baik dari dalam maupun luar negeri, salah satunya budaya Korea atau biasa disebut dengan *Hallyu/Korean Wave* (Estikasari, 2018; Siregar & Nasution, 2020). Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) diketahui bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia tahun 2023 mencapai 78,19% dari total penduduk. Hal tersebut menunjukkan adanya peningkatan sebesar 1,17% dari tahun sebelumnya dengan penggunaan tertinggi pada akses media sosial (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia, 2023).

Menurut Rachma (2021) *Korean Wave* merupakan fenomena dimana kebudayaan Korea menjadi pusat perhatian dunia mulai dari musik, drama, film, makanan, gaya busana, hingga bahasa Korea yang semakin tersebar dan dinikmati masyarakat di penjuru dunia. Indonesia menjadi salah satu negara yang dituju oleh gelombang Korea. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Pristalista pada tahun 2022 bahwa negara Jepang dan Indonesia memiliki jumlah publikasi paling banyak terkait budaya Korea Selatan, contohnya seperti BTS, TXT, dan *Secret Number* yang menjadi *brand ambassador* Tokopedia (Pristalista, 2022).

Korean Wave terdiri dari Drama Korea (Drakor) yang berkaitan dengan drama dan K-Pop yang berkaitan dengan musik, tetapi K-Pop lebih cepat menyebar dan meraih popularitas hingga saat ini (Anwar, 2018) dengan penggemar yang semakin bertambah seiring waktu karena aliran musik K-Pop merupakan gabungan dari berbagai *genre* musik yang ada (Eliani, Yuniardi, & Masturah, 2018). Penggemar K-Pop atau yang biasa disebut dengan *K-Popers* dianggap sebagai suatu identitas diri untuk menunjukkan kesetiaan kepada idola *boyband* atau *girlband* dari Korea Selatan (Ayunita & Fizzy, 2018). Menurut Fauziah dan Kusumawati (2013), biasanya para penggemar K-Pop memiliki forum khusus di media sosial untuk saling bertukar informasi melalui *fanbase* agar rasa ingin tahu terhadap idola mereka dapat terpuaskan. Selain itu, komunikasi antar penggemar k-pop di media sosial dianggap sebagai salah satu bentuk kesetiakawanan mereka sebagai fans k-pop (Purba & Solekhah, 2019). Menurut Cindoswari dan Diana (2019), *twitter* menjadi salah satu media sosial yang digunakan oleh penggemar k-pop untuk mencari informasi idolanya.

Saat ini, *twitter* telah berganti nama menjadi X pada tanggal 31 Juli 2023 sebagai upaya *rebranding* yang lebih luas dibawah kepemimpinan Elon Musk (Republika, 2023). Hal tersebut berawal dari pembelian seluruh saham *twitter* oleh Elon Musk pada tanggal 26 April 2022 dan pada Oktober 2022 perusahaan *twitter* pun berganti nama dari *Twitter Inc.* menjadi *X Corp* (Kompas, 2022; Kompas, 2023). Pembelian tersebut bertujuan untuk mempercepat pembuatan X sebagai aplikasi super (Kompas, 2023).

Menurut Fauziah dan Kusumawati (2013), *twitter* menjadi salah satu media sosial yang cukup populer di kalangan penggemar K-Pop. Hal tersebut dibuktikan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh *twitter* pada tahun 2021 yang mencatat bahwa selama tiga tahun terakhir, intensitas *tweet* tentang K-Pop semakin meningkat dari 5,6 miliar pada tahun 2019 hingga 7,5 miliar pada tahun 2021 (Kim, 2021). Dari jumlah tersebut, Indonesia menjadi negara yang menempati urutan pertama dengan volume *tweet* dan jumlah *unique authors* terbanyak (Kim, 2021). Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar K-Pop menggunakan *platform* sosial media *twitter* untuk saling terhubung satu sama lain.

Namun, selain untuk menjalin komunikasi, Nurmawati, Supriyati, dan Listyorini (2020) berpendapat bahwa *twitter* juga dapat menjadi tempat untuk memberikan ujaran kebencian bahkan perundungan atau *cyberbullying*. Hasil penelitian Khaira, Johanda, Utomo, dan Suratno (2020) menunjukkan bahwa dari 454 *tweet* pengguna *twitter*, terdapat 45,3% *tweet* yang berunsur *bullying*. Hal tersebut menunjukkan tingginya tingkat *cyberbullying* di *twitter* atau X.

Reginasari, Afiatin, dan Akhtar (2021) berpendapat bahwa *cyberbullying* merupakan perundungan siber yang ditunjukkan dengan adanya intensi atau kesengajaan, perilaku berulang, serta anonimitas. Menurut Willard (dalam Sting & Ambarwati, 2019) *cyberbullying* didefinisikan sebagai perilaku kejam dengan sengaja mengirimkan atau mengunggah sesuatu yang bersifat agresi sosial melalui internet atau teknologi digital lain. *Cyberbullying* dapat dikatakan sebagai perilaku intimidasi melalui teknologi secara berulang dalam bentuk pelecehan, ancaman, merendahkan, maupun memermalukan orang lain (Chadwick, 2014). UNICEF

(2020) juga mengemukakan bahwa *cyberbullying* merupakan perundungan berulang yang berhubungan dengan media sosial seperti *chatting* dan *gaming* agar orang lain menjadi takut, marah, dan malu.

Reginasari, Afiatin, dan Akhtar (2021) menyebutkan bahwa *cyberbullying* dapat dilihat melalui beberapa aspek, diantaranya niat atau intensi, pengulangan-publikitas, dan anonimitas. Aspek niat adalah pengiriman pesan di jejaring sosial yang disengaja untuk memermalukan, merendahkan, menimbulkan ketidaknyamanan, dan memojokkan orang lain (Reginasari, 2017). Aspek pengulangan-publikitas merupakan intimidasi yang membentuk pola perilaku tertentu dan terjadi lebih dari satu kejadian (Hinduja & Patchin, 2015) dengan menyebarkan ke grup chat di media sosial (Reginasari, 2017). Aspek anonimitas yaitu penggunaan identitas palsu untuk menyebarkan dan mengirimkan pesan yang memalukan dari korban tanpa izin (Reginasari, 2017).

Hasil data riset dari Microsoft dan U-Report Indonesia yang dirangkum oleh KenalMental.com menunjukkan bahwa Indonesia menempati urutan ketiga negara paling tidak sopan di dunia maya dan sebesar 2.777 (45%) responden mengaku pernah mengalami *cyberbullying* (Kompasiana, 2021). Komentar tidak sopan dan kasar dilakukan oleh penggemar K-Pop di *twitter* sebesar 72% dari 606 orang (Amry & Pratama, 2021), sedangkan perilaku agresif verbal di media sosial oleh penggemar K-Pop telah mencapai angka 54% dalam kategori sangat tinggi (Eliani, Yuniardi, & Masturah, 2018) dimana agresif menjadi salah satu ciri dari pelaku *cyberbullying* (Wijaya, Kusumaningrum, Nazara, & Herlianti, 2022). Menurut Mubaroka dan Susanti (2021) penggemar K-pop mampu memberikan respon yang

negatif kepada individu yang mengolok-olok atau memberikan opini negatif tentang dirinya maupun idolanya, sehingga memunculkan adanya *fanwar* yang mengandung *cyberbullying*.

Hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti berupa survei dan wawancara semakin memperkuat hasil penelitian sebelumnya. Berdasarkan survei yang telah dilakukan peneliti berupa kuesioner pada tanggal 06 November 2023 terhadap 8 responden yang merupakan penggemar K-Pop, memiliki akun *twitter* atau X, dan berkewarganegaraan Indonesia, ditemukan bahwa 5 diantaranya pernah mengalami tindakan *cyberbullying*. Tindakan *cyberbullying* yang paling umum dialami adalah menerima hinaan dan sindiran. Hal tersebut diperkuat oleh survei kedua yang dilakukan oleh peneliti berupa kuesioner yang dilakukan pada tanggal 31 Oktober 2023 hingga 10 Desember 2023 kepada 24 subjek di rentang usia 14 – 23 tahun, ditemukan sebesar 32% subjek pernah mengalami *cyberbullying*. Perilaku yang dilakukan diantaranya pemberian komentar negatif di media sosial (91,7%), membagikan foto atau video memalukan tanpa izin (87,5%), mem-*bully* atau mengolok-olok orang di grup obrolan (87,5%), dan pesan teks atau email yang mengancam (75%).

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 26 dan 27 Februari 2024 terhadap 7 orang K-popers pengguna *twitter* yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia seperti Yogyakarta, Kudus, Jawa Timur, Bandung, Sumatera Selatan, Sulawesi Tenggara, dan Maluku Tenggara semakin memperkuat data di atas. Seluruh responden mengaku memiliki media sosial berupa *twitter*, telegram, instagram, dan WhatsApp untuk memantau informasi tentang K-Pop. Dari beberapa

media sosial yang digunakan oleh responden, *twitter* menjadi media sosial yang paling sering digunakan. Seluruh responden mengaku bahwa mereka memilih *twitter* sebagai media sosial yang sering digunakan untuk mengikuti perkembangan k-pop karena informasi yang diberikan sangat cepat dan terbaru dibanding kan media sosial lain. Berdasarkan pernyataan ketujuh responden, satu orang pernah menjadi korban *cyberbullying* seperti menerima hinaan sebagai perempuan yang tidak baik, menerima komentar negatif, bahkan responden mengatakan ”aku dikatain kalau emang *fandomnya* itu tolol sama kayak idolnya”, sehingga responden tidak berani berkomentar apapun lagi di *twitter* dan satu orang lainnya pernah terlibat dalam *war* antar *fandom*. Sedangkan lima diantaranya sebagai pengamat banyaknya kasus *cyberbullying* terkait k-pop di *twitter* baik terhadap idol maupun penggemarnya. Beberapa contoh kasus yang dilaporkan antara lain pengiriman pesan ancaman hingga korban tidak berani menggunakan sosial media, penyebaran identitas asli korban, pemberian komentar negatif pada penggemar k-pop atau idol yang melakukan donasi, melontarkan makian, ancaman pembunuhan, fitnah, pengujaran kebencian, menyebarkan berita *hoax*, dan adanya *war* antar *fandom* karena mempermasalahkan wajib militer.

Berdasarkan aspek niat atau intensi, seluruh responden mengemukakan bahwa *cyberbullying* memiliki unsur kesengajaan. Responden percaya bahwa pelaku *cyberbullying* akan mencari-cari kesalahan orang yang dibenci lalu berkomentar sesuka hati sebagai bentuk lontaran kebencian. Salah satu responden juga mengungkapkan bahwa perundungan pasti akan diniati oleh pelaku. Selain itu,

responden mengatakan bahwa bisa jadi ada kesengajaan atas perilaku *cyberbullying* karena seseorang pasti memiliki kendali atas media sosial yang dimiliki.

Selain itu, pernyataan responden terhadap definisi *cyberbullying* yaitu *bullying* di ranah media sosial dengan intensitas yang bisa berulang mengacu pada aspek pengulangan-publikas. Responden mengungkapkan bahwa pelaku akan berhenti jika korban sudah mengakui kekalahan, terpuruk, bahkan menghilang di media sosial. Namun, bisa saja ketika korban muncul kembali, pelaku akan kembali melakukan *cyberbullying*. Pengakuan salah satu responden sebagai korban *cyberbullying* akibat membela idola kesukaannya yang justru mendapat komentar negatif hingga ancaman secara terus-menerus dan bertambah banyak semakin memperkuat pernyataan tersebut.

Aspek anonimitas dapat dilihat dari pernyataan responden tentang pelaku *cyberbullying* yang tidak menggunakan akun asli saat melakukan aksinya. Responden mengatakan bahwa pelaku *cyberbullying* biasanya menggunakan nama samaran, akun *fangirling*, akun khusus, atau *second account*. Namun, salah satu responden menyangkal bahwa pelaku menggunakan *second account*, tetapi menggunakan akun *bodong* untuk menutupi identitas aslinya.

Hasil wawancara secara umum menunjukkan bahwa seluruh responden mengakui adanya perilaku *cyberbullying* pada penggemar k-pop yang sangat sering terjadi di *twitter*. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sagita, Mamesah, dan Filliani (2012) bahwa *cyberbullying* yang terjadi berada pada kategori sedang hingga tinggi. Namun, penggunaan media sosial, salah satunya *twitter* seharusnya dilakukan dengan bertutur kata yang baik dan sopan, sehingga

orang yang membaca komentar tersebut dapat memperoleh manfaat yang positif (Gamayanto & Nilawati, 2017). Purwaningwulan dan Prayogo (dalam Dewi, 2022) berpendapat bahwa komunikasi yang dilakukan oleh para anggota *fandom* mampu membangun kebersamaan di dalam satu komunitas. Haning (dalam Febriany, Santi, & Ananta, 2022) juga menyatakan bahwa penggemar K-Pop seharusnya mampu menerima berbagai komentar di sosial media untuk dijadikan dasar perbaikan diri, bukan menyalurkan dendam melalui tindakan agresi (Febriany, Santi, & Ananta, 2022).

Chadwick (2014) menuturkan dampak buruk *cyberbullying* dari segi psikologis, sosial, dan emosional berupa tingginya prevalensi depresi, kecemasan, harga diri yang rendah, gangguan kesehatan, hingga kesulitan bersosialisasi. Individu yang tidak tahan menerima perlakuan tersebut bahkan nekat melakukan bunuh diri (Mutma, 2019). Dewi, Suryani, dan Sriati (2020) mengemukakan berbagai faktor *cyberbullying* berdasarkan kajian literatur dari lima belas artikel, diantaranya faktor individu berupa 1) pengalaman kekerasan, 2) persepsi, 3) gender, 4) usia, 5) kontrol psikologis atau kontrol diri, dan 6) penggunaan zat adiktif; faktor keluarga berupa 1) pola asuh, 2) dukungan keluarga, dan 3) stress orang tua; faktor teman berupa dukungan; faktor sekolah berupa jenis sekolah; dan penggunaan internet berupa 1) intensitas dan 2) kompetensi media etis.

Menurut Peker (2017), prediktor kuat adanya perundungan di dunia maya atau *cyberbullying* adalah kontrol diri. Hasil penelitian terbaru menunjukkan bahwa kontrol diri merupakan salah satu faktor *cyberbullying* yang memberikan sumbangan sebesar 25,30% (Kristiawan & Soetjningsih, 2023). Hal tersebut

berarti rendahnya kontrol diri mampu mendorong individu untuk membuat keputusan impulsif yang dapat menimbulkan perilaku kriminal (Peker, 2017) dan dapat memicu tindakan kekerasan serta perilaku agresif yang ekstrem di dunia maya (Bulan & Wulandari, 2021). Oleh karena itu, peneliti menjadikan kontrol diri sebagai variabel bebas dalam penelitian ini.

Averill (dalam Ramadani, 2023) berpendapat bahwa kontrol diri merupakan seperangkat kemampuan individu dalam mengatur dan memilih tindakan sesuai dengan keyakinan yang dimiliki. Ghufron dan Risnawati (2010) mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan individu dalam mengendalikan tindakan dengan cara mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi yang terjadi. Selain itu, menurut Harahap (2017), kemampuan memahami situasi dengan cepat serta mampu mengontrol perilaku yang akan muncul juga bisa dikatakan sebagai kontrol diri.

Averill (1973) mengungkapkan beberapa aspek yang dapat mengukur kontrol diri diantaranya; kemampuan kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), dan mengontrol keputusan (*decesional control*). Kontrol perilaku merupakan bentuk respon yang dilakukan oleh individu terhadap suatu keadaan yang tidak diharapkan dengan memodifikasi kondisi tersebut secara langsung (Ghufron dan Risnawati, 2010). Kontrol kognitif merupakan kemampuan berpikir yang dimiliki oleh individu untuk mengolah, menilai, dan menimbang setiap situasi yang terjadi untuk mengurangi adanya tekanan (Ghufron & Risnawati, 2010). Sedangkan, mengontrol keputusan merupakan keyakinan individu dalam menentukan suatu tindakan (Ghufron & Risnawati, 2010).

Penelitian terbaru dari Putri, Bakar, dan Hamid (2023) menggunakan teori tersebut untuk mengukur kontrol diri pada penggemar K-Pop, sehingga teori Averill dapat dikatakan masih relevan digunakan saat ini. Individu yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung mampu mengendalikan lingkungan dengan mencari lebih banyak informasi, mampu menunda kepuasan, tidak cepat terpengaruh oleh orang lain, dan tidak mudah emosional (Estikasari, 2018). Sebaliknya, individu dengan kontrol diri rendah dapat memunculkan perilaku menyimpang yang dapat mengarah pada perilaku agresif (Marsela & Supriatna, 2019), sehingga mengarah pada perilaku *cyberbullying* (Riswanto & Marsinun, 2020), terlebih lagi jika pelaku memiliki niat untuk menyakiti (Berne, dkk., 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Waji tahun 2021 menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan *cyberbullying* yang mana jika kontrol diri rendah, maka *cyberbullying* akan semakin meningkat (Waji, 2021). Arah hubungan yang negatif membuktikan bahwa kontrol diri yang rendah mampu meningkatkan perilaku *cyberbullying*, begitu pula sebaliknya (Susanti & Wulanyani, 2019). Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil penelitian Pratama dan Devia (2021) yang menyatakan terdapat hubungan negatif antara *self control* dengan perilaku *cyberbullying* pada remaja. Beberapa hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa kontrol diri sangat berperan aktif dalam perilaku *cyberbullying* yang dilakukan oleh penggemar K-Pop pengguna *twitter*. Penelitian ini memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya yang terletak pada penyusunan teori *cyberbullying* dan subjek penelitian. Peneliti menggunakan teori *cyberbullying* terbaru dari Reginasari, Afiatin, dan Akhtar (2021) dan subjek

penelitian yaitu penggemar K-Pop pengguna *twitter* di Indonesia. Teori tersebut peneliti gunakan karena relevan dengan penelitian ini dan sesuai dengan perkembangan fenomena saat ini yaitu banyaknya penggemar K-Pop di *twitter* yang memiliki akun anonim, sesuai dengan salah satu aspek *cyberbullying* yaitu anonimitas.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah ”Apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan *cyberbullying* pada penggemar *K-Pop* pengguna *twitter* di Indonesia?”

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan *cyberbullying* pada penggemar K-Pop pengguna *twitter* di Indonesia.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini mampu memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang psikologi sosial-klinis. Selain itu, menjadi sumber referensi bagi peneliti lain yang akan mengangkat topik penelitian yang sama.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan sumber bacaan terkait *cyberbullying* dan kontrol diri yang dapat digunakan untuk bahan penelitian selanjutnya.

2) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan untuk pengembangan program pencegahan *cyberbullying* yang lebih efektif di masyarakat pada umumnya dan penggemar *K-Pop* pada khususnya. Selain itu, diharapkan mampu menjadi pedoman bagi pembuat kebijakan untuk merancang intervensi khusus pada kasus *cyberbullying* yang berfokus pada kemampuan kontrol diri individu.