

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Korean Wave atau *Hallyu Wave* merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan penyebaran budaya populer Korea seperti drama TV, musik pop Korea (K-Pop), film, animasi, *game online*, *smartphone*, *fashion*, kosmetik, makanan dan gaya hidup terhadap produk budaya Korea (Kim, 2013). K-Pop yang saat ini memimpin penyebaran *Korean Wave* ke seluruh dunia biasanya dikaitkan dengan musik yang dibuat di Korea, musik yang dinyanyikan atau dibawakan oleh orang Korea, lirik yang ditulis oleh orang Korea, dan musik yang diproduksi oleh perusahaan Korea. Sehingga dalam industri musik di Korea, K-Pop merujuk pada istilah yang menggambarkan budaya produksi, konsumsi, dan budaya secara inklusif (Cho, 2016).

K-Pop telah menarik banyak penggemar transnasional selama bertahun-tahun (Leung, 2017). Penggemar merupakan individu dengan keyakinan emosional positif terhadap seseorang atau sesuatu yang terkenal sehingga ia berpartisipasi dalam praktik penggemar dan memiliki identitas karena dikelilingi oleh kesenangan yang berhubungan dengan budaya populer hingga mereka mendalami peran sosial yang dicirikan sebagai fandom (Duffett, 2013). Fandom dipahami sebagai subkultur yang lebih luas, yang anggotanya terlibat dengan beragam objek media yang berbeda tetapi berbagi tradisi dan aktivitas yang dibangun selama bertahun-tahun sehingga fandom akan mengembangkan pola

interpretasi yang khas, cara interaksi sosial, dan bentuk produksi budaya yang muncul dari keinginan dan minat bersama (Jenkins, 2018). Ketika penggemar menyukai film, buku, atau acara televisi, mereka sering ingin mengambil peran aktif dalam berhubungan dengan dunia dan karakter (atau aktor) di dalamnya (Zubernis & Larsen, 2018).

Media sosial memengaruhi perkembangan komunitas penggemar terutama dalam cara mereka berinteraksi secara *online* (Booth, 2016). Biasanya penggemar saling berinteraksi untuk berdiskusi mengenai kegiatan idola, membuat *fan project*, gosip dan rumor, atau berdiskusi terkait fandom mereka (Wardani & Kusuma, 2021). Hal lain yang biasanya dilakukan yakni membuat *fan fiction*, mengikuti *fansite* idola, membuat video kurasi, hingga mengumpulkan *merchandise* terkait grup idolanya (Gunawan & Reigen, 2023).

Penggemar dapat melakukan segala hal untuk membuat idolanya merasa bahagia. Penggemar tidak akan rela melihat idola favoritnya diusik oleh *antifans* atau mendapat ujaran kebencian oleh penggemar idola lain sehingga penggemar akan secara sukarela membela idolanya. Hal ini dapat menimbulkan perdebatan antar penggemar hingga saling melontarkan kebencian. Peristiwa ini sering disebut dengan istilah *fanwar*. *Fanwar* biasanya terjadi karena penggemar membandingkan prestasi idolanya dengan idola lain, seperti terkait penjualan album, pencapaian dalam tangga lagu, jumlah penghargaan yang telah diperoleh dari ajang penghargaan musik hingga konsep *comeback* yang mirip menjadi salah satu alasan dalam *fanwar* penggemar K-Pop (Yulianti, 2022).

Penggemar terkadang merasa kesal dan marah ketika melihat postingan yang menjelek-jelekkan idolanya sehingga mereka akan menanggapi postingan tersebut untuk membela dan memberikan sanggahan atas berita bohong yang ditujukan kepada idola mereka. Namun terkadang pemilihan kata yang digunakan tidak tepat sehingga tanpa sadar melakukan *cyberbullying* (Sandrila & Wahyunengsih, 2023).

Antifans dan *akgae* (penggemar yang hanya menyukai salah satu anggota grup) dapat melakukan tindakan agresif untuk melawan grup atau idola tertentu dengan menghasut *fanwar* antar penggemar (Khedun-Burgoine & Kiaer, 2023). Salah satu *fanwar* oleh *akgae* terjadi antara penggemar K-Pop di Indonesia dikenal dengan Sefa Space. Twitter memiliki fitur bernama "*space*" untuk percakapan audio secara langsung. Kasus bermula saat Sefa (@ljinmyboy) sering menyebarkan ujaran kebencian kepada beberapa anggota NCT karena Sefa yang merupakan *akgae* tidak suka jika idolanya dipasangkan dengan anggota tersebut. Saat meminta maaf di Space, Sefa mendapatkan konfrontasi, ancaman, dan intimidasi oleh beberapa akun (Dewi, 2022).

Fanwar lain yang terjadi di media sosial salah satunya saat HYBE mengumumkan akan membeli sebagian besar saham SM Entertainment pada Maret 2023. Penggemar yang tidak menyukai keputusan tersebut terlibat *fanwar*. Terdapat perseteruan antara penggemar artis HYBE dan penggemar artis SM Entertainment karena adanya ujaran kebencian kepada beberapa artis SM Entertainment (kimpiy, 2023).

Peneliti melakukan wawancara awal kepada beberapa penggemar K-Pop untuk melihat dinamika *fanwar* dari sudut pandang seorang penggemar yang pernah terlibat langsung di dalamnya. Wawancara awal ini dilakukan untuk melihat apakah *cyberbullying*, penggunaan akun anonim, dan *moral disengagement* muncul ketika *fanwar* terjadi pada penggemar K-Pop.

Peneliti melakukan wawancara pada partisipan R. R telah menjadi penggemar K-Pop hampir 10 tahun. R memiliki media sosial yang bersifat anonim di Twitter dan TikTok. Disana R tidak menunjukkan nama maupun mengunggah foto tentang dirinya. R aktif memposting terkait idolanya seperti saat merilis album baru, *comeback* di *music show*, konser, hingga *variety show* yang dibintangi idolanya. R pernah memberikan ujaran kebencian pada salah satu idol K-Pop karena menurutnya penampilan idol tersebut selalu malas, tidak bersemangat, dan citranya terlalu dibentuk oleh perusahaan. R mengaku saat melontarkan hal tersebut ia tidak merasa bersalah karena itu merupakan hal yang biasa. Dahulu R juga pernah melakukan *fanwar* dengan *fandom* lain saat idolanya dikabarkan berkencan dengan idol lain. R tidak setuju dengan berita tersebut. R juga pernah beradu argumentasi ketika idolanya dinominasikan dalam acara Mnet Asian Music Awards namun tidak menjadi pemenang padahal dari segi *voting* idolanya lebih unggul. Ia mengaku tidak merasa bersalah karena para penggemar lain pun melakukannya, sehingga ia hanya mengikutinya.

Jawaban yang hampir sama diungkapkan oleh partisipan B. Berdasarkan wawancara dengan partisipan B yang sudah menjadi penggemar K-Pop selama 5 tahun. B aktif mendukung idola favoritnya di Twitter. B juga aktif setiap harinya

memposting terkait idolanya. Di akun tersebut B tidak menunjukkan identitasnya, ia merasa bahwa ia lebih nyaman seperti ini saat menggemari idol. B tidak suka orang mengenalnya secara pribadi. Oleh karena itu, B memiliki akun yang dia buat khusus sebagai fans. B mengaku ia pernah terlibat *fanwar*. Ia biasa melakukannya saat ada *antifans* atau orang lain yang berkata buruk dan menghujat idolanya. B mengaku bahwa ia merupakan seorang penggemar yang akan memihak idolanya jika mendapatkan komentar negatif di internet. Biasanya saat B terlibat *fanwar* ia akan melihat siapa idola akun yang memicu *fanwar* tersebut dan B mencari celah seperti aktivitas grup, skandal, atau masalah idol orang tersebut lalu ia bandingkan dengan idolanya. B merasa bahwa ini seharusnya dilakukan oleh seorang penggemar untuk membela idolanya. B juga terkadang mengomentari dengan meme idola akun tersebut untuk menyindirnya.

Wawancara ketiga dengan partisipan V juga memiliki hasil yang hampir sama. V telah menjadi penggemar K-Pop selama 5 tahun. V aktif mencari kabar terbaru terkait idolanya dan berinteraksi dengan penggemar lain menggunakan *fan account* yang dibuatnya di Instagram dan Twitter. V mengaku bahwa di dalam fandomnya sering terjadi *fanwar*, baik itu *fanwar* antar fandom maupun di dalam fandom sendiri. V pernah terlibat *fanwar* juga karena saat itu idol favoritnya menjadi berita di salah satu akun instagram yang membahas berita tentang K-Pop. Di komentar postingan tersebut idola V mendapatkan komentar yang mengarah ke skandal yang pernah menimpa dirinya. V saat itu membela idolanya karena V menganggap idolanya tidak sepenuhnya salah atas skandal tersebut. Akun yang awalnya memberikan komentar buruk terhadap idola V merupakan akun privat

tanpa foto profil sehingga V juga tidak dapat mengetahui siapa orang dibalik akun tersebut. V juga mengaku bahwa ia akan selalu membela idolanya jika idolanya tidak bersalah. Namun V merasa jenuh karena banyak *antifans* yang tidak menyukai idolanya sehingga jika idola favoritnya itu muncul dalam berita di akun Instagram berita K-Pop pasti V melihat beberapa komentar yang menyinggung terkait skandal yang pernah menimpa idolanya.

Berdasarkan wawancara awal yang telah dilakukan, ketiga partisipan memiliki *fan account* yang mereka buat di berbagai media sosial untuk mencari kabar terbaru terkait idolanya. *Fan account* ini bersifat anonim yang berisi postingan-postingan terkait idol K-Pop. Ketiga partisipan juga mengaku bahwa mereka lebih nyaman menggunakan akun anonim untuk berinteraksi dengan penggemar lain. Namun, akun tersebut juga digunakan untuk melakukan interaksi yang kurang baik, seperti pada saat *fanwar* hingga akhirnya terjadi *cyberbullying*.

Cyberbullying dapat diartikan ketika seseorang berulang kali melecehkan, menganiaya, atau mengolok-olok orang lain secara *online* atau saat menggunakan ponsel atau perangkat elektronik lainnya (Patchin & Hinduja, 2012). *Cyberbullying* digunakan untuk merugikan orang lain secara *online* dan berdasarkan kesediaan teknologi (Barlett, 2019).

Cyberbullying dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya anonimitas (Kowalski dkk., 2014). Anonimitas didefinisikan sebagai orang yang menyembunyikan identitas aslinya dari orang lain (Amichai-Hamburger, 2017). Anonimitas terjadi dalam bentuk penyamaran atau menyembunyian identitas yang membuat pelaku *cyberbullying* merasa tidak perlu bertanggung jawab atas hal

yang dilakukannya, sehingga mudah terlibat dalam perilaku agresif dan permusuhan (Heirman & Walrave, 2008). Survei yang dilakukan oleh Youth IGF (Internet Governance Forum) pada 2013 terkait *Global Perspective on Online Anonymity* yang melibatkan 68 negara dan menemukan hasil sebanyak 65% dari 1.300 remaja dalam satu tahun belakangan pernah berkomunikasi secara *online* tanpa menampilkan data asli mereka (anonim) (Internet Governance Forum, 2013). Penggunaan akun anonim akan lebih membebaskan individu untuk menulis, berpendapat, dan berkarya dibandingkan dengan pengguna yang tidak menggunakan akun anonim (Kurnia, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Amry dan Pratama (2021) dalam artikelnya yang berjudul “Pengaruh Anonimitas terhadap *Cyberbullying* pada Penggemar K-POP Twitter” menunjukkan ada hubungan yang positif antara anonimitas dengan *cyberbullying* pada penggemar K-POP di Twitter. Sama halnya pada penelitian yang dilakukan oleh Barlett dan Gentile (2012) yang berjudul “*Attacking Others Online: The Formation of Cyberbullying in Late Adolescence*” yang menunjukkan adanya hubungan positif antara anonimitas dan *cyberbullying*.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketiga partisipan mengaku *fanwar* yang dilakukan adalah untuk membela idolanya mereka tidak merasa bersalah karena seharusnya sebagai seorang penggemar memang melakukan hal tersebut. Perilaku membenarkan hal kurang baik untuk mencegah rasa bersalah disebut sebagai *moral disengagement*. Hal ini sesuai dengan penelitian Chen dkk. (2017) yang menyatakan bahwa *moral disengagement* memiliki hubungan dengan *cyberbullying*.

Moral disengagement merupakan istilah untuk menjabarkan terkait mekanisme psikososial yang secara selektif menghambat standar moral individu karena digunakan untuk mencegah rasa bersalah atas perilaku yang bertentangan dengan standar moral yang telah dilakukan (Boardley & Kavussanu, 2011). Standar moral berfungsi sebagai pedoman perilaku dan memungkinkan orang untuk membuat penilaian moral. Pedoman perilaku etis ini berasal dari hukum, agama, moral, dan lembaga lain yang menyediakan gambaran terkait hal-hal bermoral dan tidak bermoral. Kognisi ini akan membentuk dasar dari kognisi etis yang kemudian mengarah pada perilaku etis (Muldoon dkk., 2022). Individu mungkin memiliki standar moral yang sama tetapi dapat berperilaku dengan cara yang berbeda dalam situasi tertentu tergantung pada kognisi dan konteks sosial individu tersebut (Bjärehed, 2022).

Mekanisme dalam *moral disengagement* digunakan individu untuk melakukan hal yang merugikan orang lain, namun individu tersebut memperoleh keuntungan dengan menghilangkan rasa bersalah dan menjaga harga dirinya (Bandura, 2002). *Moral disengagement* merupakan sebuah proses untuk menjelaskan bagaimana orang normal dan "sehat secara moral" dapat berperilaku tidak etis. Seorang individu dapat secara moral merekonstruksi perilaku tertentu yang pada awalnya dinilai sebagai "salah" namun menjadikan perilaku tersebut sebagai "tidak terlalu salah secara moral", "tidak salah secara moral", atau bahkan sebagai "benar secara moral" (Schaefer & Bouwmeester, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Bussey dkk. (2015) yang berjudul "*The Role of Moral Disengagement and Self-Efficacy in Cyberbullying*" menunjukkan

ada hubungan positif antara *moral disengagement* dengan *cyberbullying*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ru'iyah dkk. (2022) yang berjudul “Korelasi Pelepasan Moral dan *Cyberbullying* pada Remaja di Madrasah Aliyah Negeri di Sleman” menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan positif antara *moral disengagement* dan *cyberbullying*.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam melalui penelitian yang berjudul “Hubungan antara anonimitas dan *moral disengagement* dengan perilaku *cyberbullying* pada penggemar K-Pop yang melakukan *fanwar*”

B. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara anonimitas dan *moral disengagement* dengan perilaku *cyberbullying* pada penggemar K-Pop yang melakukan *fanwar*.

C. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan khususnya di bidang psikologi khususnya psikologi sosial dan mengembangkan kajian teoritis serta memperkaya wawasan mengenai

cyberbullying khususnya yang berkaitan dengan anonimitas dan *moral disengagement* pada penggemar K-Pop yang melakukan *fanwar*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penggemar K-Pop

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi terkait *cyberbullying* pada penggemar K-Pop sehingga dapat meminimalisir tindakan *cyberbullying* yang terjadi selama *fanwar*.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya ketika meneliti bidang yang sama sehingga dapat melakukan kajian yang lebih mendalam untuk menyempurnakan hasil penelitian.