

**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN  
*CYBERBULLYING* PADA REMAJA PEREMPUAN PENGGEMAR *K-  
POP FANDOM ARMY* DI SOLO RAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Program Studi Psikologi Islam  
Jurusan Psikologi dan Psikoterapi  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi  
(S.Psi)



Oleh:

**CICITRIA PINARSIH**

**NIM. 191141094**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM  
JURUSAN PSIKOLOGI DAN PSIKOTERAPI  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
UNIVERSTAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA  
2023**

## NOTA DINAS PEMBIMBING

**TRİYONO, S.Sos.I., M.Si**  
**DOSEN FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

---

### NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Sdri. Cicitria Pinarsih

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Di Tempat

*Assalam'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap proposal saudara:

Nama : Cicitria Pinarsih

NIM : 191141094

Judul : HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN  
*CYBERBULLYING* PADA REMAJA PEREMPUAN  
PENGGEMAR *K-POP FANDOM ARMY* DI SOLO RAYA

dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui dan diajukan pada Sidang Munaqosyah Program Studi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddi dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Surakarta, 7 Juni 2023

Pembimbing

*Triyono, S.Sos.I., M.Si*

NIK. 19821012 201701 1 70

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :Cicitria Pinarsih  
NIM :191141094  
Tempat, dan Tanggal Lahir :Wonogiri, 28 Juni 2001  
Program Studi :Psikologi Islam  
Jurusan :Psikologi dan Psikoterapi  
Fakultas :Ushuluddin dan Dakwah  
Alamat :Panderejo Rt 01 Rw 06, Pandeyan, Jatisrono,  
Wonogiri, Jawa Tengah  
Judul Skripsi :Hubungan antara *Celebrity worship* dengan  
*Cyberbullying* pada Remaja Perempuan  
Penggemar *K-pop Fandom ARMY* di Solo  
Raya

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar hasil karya sendiri, jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Demikian pernyataan ini saya buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Surakarta, 7 Juni 2023



Penulis

*Cicitria Pinarsih*  
**Cicitria Pinarsih**

**NIM.19.11.41.094**

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

#### HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN *CYBERBULLYING* PADA REMAJA PEREMPUAN PENGGEMAR *K-POP* *FANDOM ARMY* DI SOLO RAYA

Disusun oleh:

**CICITRIA PINARSIH**  
NIM: 19.11.41.094

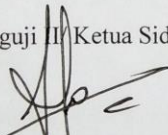
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universita Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Pada hari Selasa, 13 Juni 2023  
Dan dinyatakan telah memenuhi  
Persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

Surakarta, 16 Juni 2023  
Penguji Utama



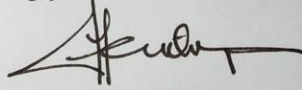
**Wakhid Musthofa, M.Psi., Psikolog.**  
NIP.19861109 201801 1 002

Penguji II / Ketua Sidang



**Triyono, S.Sos.I., M.Si.**  
NIK. 19821012 201701 1 170

Penguji I / Sekretaris Sidang



**Lintang Seira Putri, M.A.**  
NIP. 19910414 201903 2 011

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universita Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



**Prof. Dr. Islah, M.Ag.**  
NIP. 1930522 20012 1 001

## HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Teruntuk kedua orang tuaku tercinta, terkasih, dan tersayang, *My constant (tuition) support*. Ibu Pains dan Bapak Tarno terima kasih atas doa- doa yang selalu dipanjatkan disetiap waktunya, terima kasih tak terhingga dari lubuk hati yang paling dalam putrimu sampaikan.
2. Teruntuk kakak- kakak ku terkasih, dan tersayang. Merlina Dwi Palupi dan Imam Tarnanto *you are the most precious and loving sibling that God has given me*. Terima kasih untuk telah sudi mendengar semua keluh kesah ku dalam proses menyelesaikan skripsi ini meski badan, fisik, dan mental mu sedang dalam kondisi lelah.
3. Teruntuk kakekku tercinta, terkasih, dan tersayang. Darso Suwito terima kasih atas segala perhatian dan rasa khawatir di setiap perjalanan yang ditempuh dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Tertuntuk seluruh keluarga besar yang selalu memberi dukungan, dan pertanyaan kapan lulus, terima kasih telah menjadi bagian dari terselesaikannya karya ilmiah ini

## **MOTTO**

*Little progress is better than no progress at all*

**(Jhon. C. Maxwell )**

Saya lari dari takdir yang satu ke takdir yang lain

**(Umar bin Khatab)**

*One never notice what has been done, one can only see what remains to be done*

**(Marie Curie)**

## ABSTRAK

**Cicitria Pinarsih. 191141094. Hubungan antara Celebrity worship dengan Cyberbullying pada Remaja Perempuan Penggemar K-pop Fandom ARMY di Solo Raya. Psikologi Islam. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. 2023**

Penggunaan media sosial rentan memunculkan *cyberbullying* yakni kekerasan dengan menggunakan media sosial sebagai alat utama untuk melecehkan, mengancam, mempermalukan dan mengejek orang lain. Fenomena *cyberbullying* banyak terjadi pada kalangan penggemar *K-pop*, salah satu pemicu *cyberbullying* adalah *celebrity worship*. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar *K-pop fandom ARMY* di Solo Raya.

Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan rancangan korelasional. Sampel penelitian berjumlah 100 remaja perempuan penggemar *K-pop fandom ARMY* di Solo Raya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Alat ukur yang digunakan berupa skala *cyberbullying* ( $\alpha = 0,976$ ), dan skala *celebrity worship* ( $\alpha = 0,971$ ). Uji Hipotesis menggunakan analisis parametrik korelasi *product moment pearson* dengan menggunakan bantuan SPSS 25 for Windows

Berdasarkan hasil analisis uji korelasi *product moment pearson* menunjukkan adanya hubungan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* pada remaja penggemar *K-pop*, dengan koefisien korelasi sebesar 0,425 dengan taraf signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ). Arah hubungan adalah positif, yang artinya semakin tinggi *celebrity worship* maka semakin tinggi *cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar *K-pop fandom ARMY* di Solo Raya. Begitupun sebaliknya, semakin rendah *celebrity worship* semakin rendah *cyberbullying*. *Celebrity worship* memberikan sumbangan efektif sebesar 18% sebagai faktor pemicu terjadinya *cyberbullying*, dengan demikian faktor pribadi, situasional, motif, dan tujuan dapat menjadi faktor lain yang memicu perilaku *cyberbullying*.

Kata kunci: *Cyberbullying*, *Celebrity worship*, Remaja, Penggemar *K-pop*

## **ABSTRACT**

**Cicitria Pinarsih. 191141094. *Correlation between Celebrity worship and Cyberbullying among Female Teenage Fans of K-pop Fandom ARMY in Solo Raya. Islamic Psychology. Faculty of Ushuluddin and Da'wah. Raden Mas Said State Islamic University Surakarta. 2023***

The use of social media is prone to cyberbullying, which is violence using social media as the main tool to abuse, threaten, humiliate and ridicule others. The phenomenon of cyberbullying occurs a lot among K-pop fans, one of the triggers of cyberbullying is celebrity worship. The purpose of the study was to determine the correlation between celebrity worship and cyberbullying in female teenage fans of K-pop fandom ARMY in Solo Raya.

The method in this study is quantitative with a correlational design. The research sample totalled 100 female teenage fans of K-pop fandom ARMY in Solo Raya. The sampling technique used accidental sampling. The measuring instruments used were the cyberbullying scale ( $\alpha = 0.976$ ), and the celebrity worship scale ( $\alpha = 0.971$ ). Hypothesis testing using parametric analysis of Pearson product moment correlation using SPSS 25 for Windows.

Based on the results of the Pearson product moment correlation test analysis, it shows that there is a relationship between celebrity worship and cyberbullying in teenage K-pop fans, with a correlation coefficient of 0.425 with a significance level of 0.000 ( $p < 0.05$ ). The direction of the relationship is positive, which means that the higher the celebrity worship, the higher the cyberbullying in female teenage fans of K-pop fandom ARMY in Solo Raya. Vice versa, the lower the celebrity worship, the lower the cyberbullying. Celebrity worship provides an effective contribution of 18% as a trigger factor for cyberbullying, thus personal, situational, motive, and goal factors can be other factors that trigger cyberbullying behaviour.

**Keyword:** *cyberbullying, celebrity worship, teenagers, K-pop fans*



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Hubungan antara *Celebrity worship* dengan *Cyberbullying* pada Remaja Perempuan Penggemar *K-pop Fandom ARMY* di Solo Raya”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Psikologi. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Mudhofir, S. Ag., M.Pd, Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
2. Prof. Dr. Islah, M. Ag, Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Dr.Retno Pengestuti, M. Psi., Psikolog, Ketua Jurusan Psikologi dan Psikoterapi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
4. Triyono, M.Si, Koordinator Program Studi Psikologi Islam Jurusan Psikologi, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, serta selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas arahan, bimbingan, masukan, dan kesabarannya selama proses penyusunan skripsi,

sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Semoga kebaikan bapak dibalas Allah SWT.

5. Wakhid Musthofa, M.Psi., Psikolog, selaku dosen penguji utama skripsi. Terima kasih telah memberikan saran, kritik, dan nasihat yang membangun kepada peneliti.
6. Lintang Seira Putri, M.A, selaku dosen penguji satu skripsi/ sekretaris sidang. Terima kasih telah memberikan saran, kritik, dan nasihat yang membangun kepada peneliti.
7. Dosen pengajar di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
8. Staff dan karyawan di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
9. Tema-teman PI C angkatan 2019 yang telah mewarnai dunia perkuliahan peneliti, khususnya temanku Putri Suci Rahmadhani dan Reina Okta Cahyani
10. Seluruh responden dan penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu peneliti selama masa perkuliahan hingga proses penyelesaian skripsi.
11. Terima kasih kepada diri sendiri, telah melewati setiap proses untuk penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak atas segala kebaikan yang telah diberikan.

*Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatu*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
A. <i>Cyberbullying</i> .....	14
B. <i>Celebrity worship</i> .....	20
C. Remaja Penggemar <i>K-pop</i> .....	27
D. Telaah Pustaka.....	31
E. Hubungan antara <i>Celebrity Worship</i> dengan <i>Cyberbullying</i> (Kerangka Berpikir) .....	36
F. Hipotesis.....	39

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	40
B. Identifikasi Variabel .....	40
C. Definisi Operasional .....	41
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Validitas, Daya Beda Aitem, dan Reliabilitas .....	47
G. Teknik Analisis Data .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
A. Setting Penelitian.....	52
B. Tahapan Penelitian.....	56
C. Hasil Analisis Data .....	60
D. Analisis Koefisien Determinasi.....	63
E. Analisis Deskriptif.....	64
F. Pembahasan.....	66
G. Keterbatasan Penelitian.....	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>109</b>

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Berpikir.....	38
--------------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 2 Blueprint Skala <i>Cyberbullying</i> .....	46
Tabel 3 Blueprint Skala <i>Celebrity worship</i> .....	47
Tabel 4. Penilai Ahli Alat Ukur Penelitian .....	56
Tabel 5 Sebaran Aitem Skala <i>Cyberbullying</i> Setelah Try Out .....	58
Tabel 6 Sebaran Item Skala <i>Celebrity worship</i> Setelah Try Out .....	59
Tabel 7 Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 8 Hasil Uji Linearitas .....	61
Tabel 9 Uji Hipoesis.....	62
Tabel 10 Pedoman Derajat Hubungan .....	63
Tabel 11 Analisis Koefisien Determinasi .....	63
Tabel 12 Analisis Deskriptif Hipotetik .....	64
Tabel 13 Rumus Kategorisasi .....	64
Tabel 14 Kategorisasi <i>Cyberbullying</i> .....	65
Tabel 15 Kategorisasi <i>Celebrity worship</i> .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Presentase <i>Celebrity worship</i> .....	9
Gambar 2 Karkteristik Usia Subjek .....	53
Gambar 3 Karakteristik Domisili Subjek.....	53
Gambar 4 Karakteristik ARMY (tahun) .....	54
Gambar 5 Karkteristik Sosial Media Subjek.....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Studi Pendahuluan .....	82
Lampiran 2. <i>Expert Judgement Cyberbullying</i> Ke-2 .....	83
Lampiran 3. <i>Expert Judgemen Celebrity worship</i> Ke-2.....	84
Lampiran 4. Skala <i>Try Out</i> .....	85
Lampiran 5. Skala Penelitian .....	93
Lampiran 6. Lembar <i>Expert Judgement</i> .....	101
Lampiran 7. Reliabilitas dan Daya Beda Aitem <i>Cyberbullying</i> .....	103
Lampiran 8. Reliabilitas dan Daya Beda Aitem <i>Celebrity worship</i> .....	104
Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas Variabel <i>Cyberbullying</i> .....	106
Lampiran 10. Hasil Uji Normalitas Variabel <i>Celebrity worship</i> .....	106
Lampiran 11 <i>Exepert Judgement Celebrity worship</i> Ke-1.....	107
Lampiran 12 <i>Expert Judgement Cyberbullying</i> Ke-1 .....	108



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi berdampak pada munculnya kebudayaan-kebudayaan baru. Kebudayaan baru ini dapat ditemukan dalam berbagai aspek atau bidang kehidupan sehari-hari seperti, kendaraan pribadi, *fashion*, model rumah, perawatan tubuh, dan musik (Bungin, 2009). Salah satu sub-genre musik dari Korea Selatan yang banyak digemari yaitu *K-pop*, genre musik ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari *Korean wave* (gelombang Korea).

*Boy band* merupakan salah bentuk representatif dari *K-pop*. Salah satu *boy band* yang saat ini banyak diminati dan menarik atensi masyarakat adalah BTS (*Bangtan Boys*) atau dikenal dengan *Bangtan Sonyeodan* memiliki makna *Bulletproof Boys Scout* yang kemudian pada tahun 2017 arti BTS ditambahkan menjadi *Beyond The Scene*. BTS memulai debutnya pada tahun 2013 di Seoul, Korea Selatan beranggotakan 7 personel yaitu Kim Nam-Joon (RM), Kim Seok-Jin (Jin), Min Yon-Gi (Suga), Jung Hoo-Seok (J-Hope), Park Jimin (Jimin), dan Kim Taehyun (V) (Azmi, 2022).

BTS merupakan *boy band K-pop* terbesar pada saat ini dengan jumlah pengikut di sosial media yang fantastis, jumlah pengikut akun resmi BTS di Instagram mencapai 71.4 juta, Twitter (42.5 juta), Facebook (21 juta), Youtube (73.5 juta), Weverse (20 juta), dan Tik-tok (57.1 juta). *Forbes* memasukkan BTS sebagai artis dengan cuitan paling banyak di *retweet* pada

bulan Maret 2016. Bahkan menurut penelitian yang dilakukan Cardoso & Castanho (2021) BTS sering menjadi trending topik di media sosial Twitter. BTS menjadi artis dengan jumlah *streaming* terbanyak di *platform* musik digital, *Spotify* Indonesia (Rahmasari & Nurani, 2018). BTS sebagai *boy band* sudah tentunya juga memiliki *fandom* yang disebut dengan ARMY.

Demografi penggemar BTS berasal dari berbagai kelompok usia dari anak-anak hingga dewasa. Grover (2022) mengungkapkan berdasarkan gender (jenis kelamin) 96,23% merupakan perempuan. Survei yang dilakukan oleh *Amino Apps* di BAIA (BTS ARMY Indonesia Amino) 73,5% merupakan usia remaja (Khristina, 2021). Sejalan dengan survei yang dilakukan oleh *Amino Apps*, berdasarkan data statistik dengan membandingkan penonton antara penonton konser *boygroup* EXO, Seventeen, dan BTS berasal dari kalangan remaja (Niardo, 2016).

Umumnya remaja memilih selebriti sebagai *role model*, selebriti yang di idolakan oleh remaja dapat berasal dari berbagai bidang hiburan, Novianti (2015) menyatakan bahwasanya kalangan selebriti, aktor, atlet, penyanyi, bintang film adalah sosok yang sering menjadi idola remaja. Hal ini bukan tanpa alasan, sorotan selebriti di media masa memudahkan remaja mengakses konten terkait dengan selebriti idola mereka, dan memudahkan dalam mengidolakan selebriti favorit secara berlebihan. Informasi tentang idola yang didapat memberi pengaruh terhadap peningkatan ketertarikan terhadap idola.

Bagi penggemar *K-pop* yang aktifitasnya banyak dilakukan di internet, untuk melakukan update kehidupan idola, rentan terkena dampak negatif teknologi digital khususnya media sosial. Keberadaan media sosial memudahkan pengguna untuk melakukan *cyberbullying* seperti mengunggah postingan yang kejam dengan tujuan mengintimidasi, menghina, membongkar aib, dan merusak nama baik korban (Ibadurrahma, 2021). Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan pada 12 Februari 2023 pada 50 remaja perempuan penggemar BTS di Solo Raya, diketahui bahwa sebanyak 18 responden menghabiskan 5-6 jam untuk bermedia sosial. Salah satu contoh kasus *cyberbullying* oleh penggemar BTS diarahkan kepada Cinta Kuya pada bulan April 2018, Cinta Kuya mendapat komentar negatif dikarenakan memenangkan tiket cek *sound* pada konser BTS yang hanya dibagikan kepada 22 penggemar. Netizen tidak menerima hal tersebut dan menganggap bahwa Cinta Kuya bisa menang karena anak dari seorang artis ternama (Jessica, 2018). Kasus sejenis juga dialami oleh beberapa artis seperti Raline Shah, Amel Carla, Chika Jessica dan Young Lex. Beberapa artis tersebut mengalami perundungan di Instagram oleh penggemar *K-pop*, yang disebabkan oleh berbagai alasan menyangkut idola para penggemar *K-pop* (Hilda, 2019).

Tindakan *cyberbullying* yang dilakukan remaja dengan menggunakan internet khususnya media sosial tidak mengarah pada perempuan atau laki-laki saja, dengan kata lain *cyberbullying* tidak membedakan jenis kelamin (Patchin & Hinduja, 2012). Akan tetapi penggemar *K-pop* yang didominasi oleh remaja

perempuan berpotensi untuk melakukan agresi verbal yang mana salah satu bentuk dari *cyberbullying* kategori *flaming* dan *harassment*, hal ini dapat memberikan dampak negatif. Dalam lingkup penggemar *K-pop*, remaja perempuan cenderung lebih rentan untuk mengekspresikan kemarahannya dengan melakukan agresi verbal di media sosial (Ardis et al., 2021). Agresi verbal merupakan perilaku melukai individu lain, dengan tujuan menjatuhkan mental untuk mempertahankan pendapat yang diyakini benar (Pradipra, 2010)

*Cyberbullying* adalah perilaku *bullying* di dunia maya dengan mengirim atau memposting materi berbahaya atau kejam menggunakan internet atau teknologi digital lainnya (Willard, 2007). Terdapat 7 aspek dalam *cyberbullying* menurut Willard (2007) yaitu *flaming* (amarah), *harassment* (gangguan), *denigration* (pencemaran nama baik), *cyberstalking* (mengikuti), *impersonation* (peniruan), dan *outing dan trickery* (menyebarkan dan menipu), dan *exclusion* (mengeluarkan). Berdasarkan penelitian yang dilakukan Fauziah (2016) mengungkapkan bahwa beberapa penggemar *K-pop* melakukan *cyberbullying* sebagai bentuk pembelaan yang berlebihan terhadap idolanya. Keinginan untuk membela idola yang dilakukan oleh penggemar *K-pop* ini, merupakan salah satu pemicu awal terjadinya tindakan *cyberbully* yakni saling serang argumen dan komentar antar penggemar *K-pop* maupun non-*K-popers*.

Perilaku *cyberbullying* dapat memberikan dampak buruk bagi korban, yaitu perasaan sedih, tertekan, marah, dan frustrasi, dan dampak yang paling di khawatirkan dari *cyberbullying* adalah kecenderungan bunuh diri pada korban.

Selain itu dampak psikologis lain dari *cyberbullying* yang dialami korban seperti timbul perasaan tidak tenang, tidak aman, sedih, takut, malu dan tidak percaya diri serta menyebabkan korban mengalami depresi (Aini & Apriana, 2019).

Perilaku *cyberbullying* dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Hal ini karena setiap perilaku yang dilakukan seseorang selalu didasarkan pada suatu tujuan. Faktor *cyberbullying* diungkapkan oleh Fauziah (2016) *cyberbullying* dapat dipicu oleh obsesi terhadap selebriti atau idol *K-pop* perasaan kedekatan terhadap idolanya yang membuat penggemar melakukan perlindungan dan pembelaan secara fanatik. Memiliki perasaan kedekatan dengan idola, obsesi terhadap selebriti atau idol *K-pop* merupakan bentuk dari *celebrity worship*. Wulandah (2023) mengungkapkan bahwa fenomena *cyberbullying* disebabkan karena krisisnya etika komunikasi dalam kesantunan bahasa pada netizen sehingga berani melontarkan kata-kata kasar.

Membahas terkait etika komunikasi, perempuan Jawa dianggap sebagai sosok yang bertutur kata lemah lembut (Nurchayanti et al., 2021). Dalam budaya Jawa ketika berkomunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung dengan orang yang lebih tua terdapat aturan untuk menggunakan bahasa Jawa Krama (Bahasa Jawa Halus), namun budaya tersebut mengalami pergeseran, padahal dengan menerapkan bahasa Jawa Krama mengajarkan kita untuk lebih bersikap sopan dan menghargai orang lain. Dalam konteks berkomunikasi secara *online*, terdapat etika untuk menggunakan bahasa yang tidak menyinggung, tidak berkata kasar, provokatif, porno maupun SARA

(Maulinda& Suyatno, 2016). Namun anonimitas dalam berkomunikasi secara online membuat individu tanpa rasa khawatir dari rasa, suku, dan agama apa mereka berasal dapat dengan leluasa untuk tidak menerapkan etika dalam bermedia sosial (Hasfi et al., 2017).

Berikut merupakan hasil wawancara dengan salah satu remaja ARMY mengenai *celebrity worship* dan *cyberbullying*:

*"Aku suka BTS udah lama sih mbak, sukanya gara-gara sering dengerin lagu Boys with Luv, dari yang awalnya suka biasa aja, sampai sekarang sukanya udah macam seneng kalau liat mereka tiap hari. Apalagi antara fans dan idola tuh kek deket dan sama-sama saling menjaga, makanya kalau ada orang yang nyenggol BTS kita bela karena mereka kebanyakan sebar hoax, sampai kadang malah ngikut fanwar juga"* (VAP, 17)

Dari wawancara dengan VAP dapat disimpulkan bahwa informan mengalami *celebrity worship* terhadap BTS. Dimana VAP merasa seperti memiliki hubungan dengan BTS, sedangkan jika dilihat dari *cyberbullying*, kecenderungan membela yang dilakukan oleh fans dapat menimbulkan *fanwar* yang mana hal tersebut masuk dalam kategori *flaming* dan *harassment*.

Menurut Maltby & Day (2011) *celebrity worship* digambarkan sebagai hubungan parasosial (hubungan satu sisi seorang individu yang mengetahui individu lain, tetapi individu lain tidak mengetahuinya Maltby et al., (2006) menyatakan bahwa seseorang yang terobsesi kepada satu atau lebih selebriti disebut dengan *celebrity worship*. *Celebrity worship* memiliki 3 aspek yaitu *entertainment social* atau dimana ketertarikan terhadap selebriti dihasilkan dari kemampuan selebriti untuk menghibur dan menjadi fokus sosial, *intense-personal*, mencerminkan perasaan intensif dan kompleks mengenai selebriti,

dan *borderline-pathological*, digambarkan dengan perilaku tidak terkendali dan fantasi tentang selebriti (Maltby et al., 2006).

Individu dengan *celebrity worship* adalah orang yang tidak dewasa dan terobsesi dengan idola, mudah tersinggung, cenderung menggunakan kata-kata kasar dan terkadang menjadi histeris terhadap sesuatu yang tidak pada tempatnya Nugraeni (dalam Ibadurrahma, 2021). Pembelaan secara fanatik memiliki peran sebagai fasilitator agresi verbal di media sosial (Eliani et al., 2018). Perilaku agresif baik fisik maupun verbal merupakan bentuk *bullying*. (Smith et al., 2008). *Celebrity worship* dengan alasan hiburan atau alasan pribadi yang obsesif memiliki ciri-ciri yang berbeda. Orang-orang yang melakukan *celebrity worship* untuk alasan hiburan dan sosial lebih optimis, terbuka, dan bahagia (Griffith, 2013). Individu yang melakukan *celebrity worship* karena alasan pribadi atau lebih obsesif, lebih tertekan, lebih cemas, lebih menyendiri, lebih impulsif, lebih anti-sosial dan lebih bermasalah (Griffith, 2013).

Seseorang dengan *celebrity worship* berlebihan akan menjadi individu yang fanatik dan memicu terjadinya perdebatan yang tidak sehat. Menurut Dita& Bagus (2012) penggemar yang fanatik cenderung mengembangkan hubungan parasosial dengan selebriti idolanya. Individu dengan *celebrity worship* yang berlebihan dicirikan dengan individu yang memiliki rasa antusias yang ekstrem, keterikatan emosi juga rasa cinta dan minat yang berlebihan yang berlangsung dalam waktu yang lama, dan sering kali menganggap hal yang mereka yakini adalah hal yang paling benar adanya

sehingga mereka akan cenderung untuk membela dan mempertahankan suatu kebenaran yang mereka yakini, sehingga ciri inilah yang dapat memicu munculnya perilaku agresif verbal di media sosial (Eliani et al., 2018).

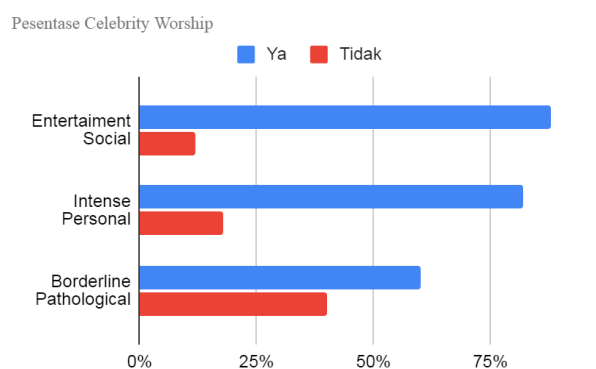
Agresi verbal di media sosial meliputi penyerangan karakter dengan menghina kemampuan, menyerang dengan isyarat nonverbal seperti memposting gambar, emoji dan gambar, sedangkan penyerangan kompetensi atau kemampuan dengan serangan langsung menggunakan frase negatif, perilaku menghina atau mengejek dengan maksud menjatuhkan moral, dan perilaku mengancam yang sering dilakukan (Eliani et al., 2018). Agresi verbal di media sosial termasuk dalam kategori *cyberbullying*, yaitu *flaming*, *harassment*, dan *cyberstalking* (Willard, 2007). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pemujaan selebriti yang berlebihan cenderung sangat fanatik dan dapat memicu perilaku *cyberbullying*.

Peneliti melakukan studi pendahuluan kepada remaja perempuan penggemar BTS, pengguna media sosial, dan berdomsili di Solo Raya pada 12 Februari 2023 dengan model angket tertutup dengan alternatif jawaban “Ya” dan “Tidak” yang disebarakan kepada 50 responden. Untuk diketahui bahwasnya Solo Raya merupakan kota kecil yang berkembang pesat dalam berbagai aspek, salah satunya aspek budaya dengan tren *Hallyu*-nya yang tidak pernah surut dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari bagi sebagian besar remaja di Solo Raya, hal ini ditandai dengan banyak ditemuinya toko yang mengusung tema Korea misalnya *V.RusShop& Kpop Stuff Merchandise* adalah salah satu toko yang menjual pernak-pernik berbau



Korea yang terletak di Pasar Kliwon, Solo, serta acara-acara yang diadakan oleh klub penggemar maupun pemerintah Karesidenan Surakarta.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan pada 50 responden, pada aspek *flaming* sebanyak 64% responden menjawab “Ya” hal ini menunjukkan penggemar pernah memberikan komentar negatif, kasar, dan *fanwar* di media sosial. Pada aspek *harassment* 26% responden pernah memberikan ujaran kebencian di media sosial. Sedangkan pada aspek *exclusion* 54% menjawab “Ya”, dan hanya 16 responden yang melakukan *cyberstalking*. Berdasarkan fakta tersebut dapat dilihat bahwa *cyberbullying* dikalangan penggemar cukup tinggi. Tingginya angka *cyberbullying* di Indonesia disebabkan oleh kurangnya pengetahuan di kalangan remaja tentang perilaku yang tepat dalam menggunakan internet dengan aman. Namun hal ini berbanding terbalik dengan hasil studi pendahuluan yang menunjukkan 84% responden sebenarnya mengetahui apa itu *cyberbullying*.



Gambar 1 Presentase *Celebrity worship*

Tingkat *celebrity worship* remaja perempuan penggemar BTS di Solo Raya dapat dikatakan tinggi, berdasarkan studi pendahuluan pada aspek

*entertainment social* sebanyak 88% menjawab “Ya” seperti mencari informasi terbaru dan mendiskusikannya dengan penggemar lain, pada aspek *intense personal* 82% responden menjawab “Ya” seperti mempelajari kehidupan idola dan ikut merasakan emosi yang idola rasakan, pada aspek *borderline pathological* 60% penggemar memiliki pemikiran seperti memiliki hubungan dengan idolanya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ibadurruhma (2021) menunjukkan adanya hubungan positif antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying*, yang berarti semakin tinggi *celebrity worship* maka semakin tinggi perilaku *cyberbullying*. Hal tersebut berbanding terbalik dengan hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan peneliti, yang mana menunjukkan tingkat *celebrity worship* tinggi dengan tingkat *cyberbullying* pada penggemar *K-pop* rendah. Tingkat *celebrity worship* yang tinggi dapat memicu perilaku *cyberbullying*, Penelitian yang dilakukan oleh Hinduja & Patchin (2014) menyatakan bahwa 20% responden dilaporkan pernah berpikir secara serius untuk bunuh diri. Sulli dan Goo Hara merupakan idol dari Korea Selatan yang di duga melakukan bunuh diri karena seringnya mendapat *cyberbullying*. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, terlihat bahwa dari studi pendahuluan diperoleh bahwa remaja penggemar *K-pop* masih memiliki *celebrity worship* tinggi sedangkan mereka merasa sudah memahami terkait dengan *cyberbullying*, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Hubungan antara *Celebrity worship* dengan *Cyberbullying* pada Remaja Perempuan Penggemar *K-pop Fandom ARMY* di Solo Raya”

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan studi pendahuluan yang peneliti lakukan, maka dapat diketahui beberapa permasalahan diantaranya:

1. Remaja perempuan penggemar BTS di Solo Raya, melakukan pembelaan secara berlebihan sehingga rentan melakukan tindakan *cyberbullying* di media sosial,
2. Remaja perempuan penggemar BTS di Solo Raya, menggemari idolanya secara berlebihan, sehingga rentan mengalami *celebrity worship* terhadap idolanya.
3. Remaja perempuan penggemar *K-pop* di Solo Raya menggunakan internet dengan frekuensi waktu yang lama pada rentang waktu 5-6 jam per-hari, hal tersebut rentan memberikan dampak negatif secara psikologis seperti, agresi online, kecemasan, dan kurang empati.
4. Remaja perempuan penggemar *K-pop* di Solo Raya sebagian besar masih belum mengetahui terkait dengan *cyberbullying*, sehingga kurang menerapkan etika dalam bermedia sosial/ berinternet.

## C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar *K-pop fandom ARMY* di Solo Raya?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar *K-pop fandom* ARMY di Solo Raya

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pengembangan ilmu psikologi, khususnya psikologi sosial. Selain itu diharapkan juga penelitian ini dapat memberikan sumbangsih terhadap perkembangan program studi Psikologi Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang berkaitan dengan *cyberbullying* dan *celebrity worship*.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi penggemar *K-pop*

Diharapkan hasil dari penelitian dapat memberikan wawasan kepada penggemar *K-pop* mengenai *celebrity worship*, dan perilaku *cyberbullying*. Dan untuk remaja penggemar *K-pop* yang mengalami *celebrity worship* dan pernah melakukan *cyberbullying* diharapkan dapat memahami penelitian ini dan mengidolakan sewajarnya dan bijak dalam menggunakan media sosial

###### b. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menambah referensi atau bacaan tambahan dalam melakukan penelitian yang sama pada penelitian

selanjutnya terkait dengan *celebrity worship* dan *cyberbullying* pada remaja perempuan

c. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam kepada masyarakat luas mengenai gambaran psikologis terkait *celebrity worship* dan *cyberbullying* pada remaja perempuan. Serta bagi orang tua bagaimana menghadapi anak yang memiliki sosok idola, dengan tujuan anak dapat mengidolakan idolanya dengan sewajarnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. *Cyberbullying*

##### 1. Definisi *Cyberbullying*

*Cyberbullying* merupakan istilah yang ditambahkan ke dalam kamus OED (*Oxford English Dictionary*) pada tahun 2010. Istilah ini merujuk kepada penggunaan teknologi informasi untuk menggertak orang dengan mengirim teks yang bersifat mengintimidasi atau mengancam. *Cyberbullying* dalam bahasa Indonesia dikenal dengan istilah perundungan di dunia maya.

Willard (2007) mendefinisikan *cyberbullying* sebagai perilaku *bullying* di dunia maya dengan mengirim atau memposting materi berbahaya atau kejam menggunakan internet atau teknologi digital lainnya. Menurut Kowalski et al (2014) tindakan *cyberbullying* mengarah pada perilaku *bullying* yang terjadi melalui *instant messaging, email, chat room, website, video game*, dan atau melalui gambar atau pesan yang dikirim melalui telepon seluler. Smith et al (2008) mendefinisikan *cyberbullying* sebagai perilaku agresif dan disengaja dilakukan oleh sekelompok orang ataupun perorangan, dengan media elektronik sebagai penghubungnya dilakukan secara berulang-ulang dan tanpa batas waktu terhadap korban yang tidak bisa membela dirinya sendiri.

Tokunaga (2010) perilaku *cyberbullying* merupakan setiap perilaku yang dilakukan melalui media elektronik maupun digital oleh individu atau kelompok, dengan berulang kali mengirim pesan bermusuhan atau agresif, yang bertujuan untuk memunculkan bahaya atau ketidaknyamanan pada orang lain. Rafferty & Vander Ven (2014) mendefinisikan *cyberbullying* sebagai perilaku berulang yang tidak diinginkan, menyakitkan, melecehkan, dan atau interaksi mengancam melalui media komunikasi elektronik. *Cyberbullying* merupakan suatu tindakan menyakiti orang lain secara berulang kali menggunakan informasi dan teknologi komunikasi, seperti mengirim pesan pelecehan melalui teks atau internet, mengirim komentar meremehkan di jejaring sosial, mengirim gambar yang memalukan, mengancam atau mengintimidasi seseorang melalui elektronik (Patchin & Hinduja, 2011).

Berdasarkan pemaparan definisi terkait *cyberbullying* yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa *cyberbullying* merupakan tindakan *bullying* yang dilakukan melalui media elektronik seperti pesan instan, *room*, *website*, *video game*, atau gambar yang dikirim melalui telepon seluler, perilaku *cyberbullying* dilakukan dengan sengaja, menyebabkan ketidaknyamanan dan bahaya bagi yang menjadi sasaran *cyberbullying*.

## 2. Aspek *Cyberbullying*

Terdapat tujuh bentuk dari *cyberbullying* yang diungkapkan oleh Willard (2007), yaitu:

a. *Flaming*

Willard (2007) secara spesifik menyatakan bahwa *flaming* adalah pertikaian atau argumentasi dalam jangka pendek yang terjadi antara dua orang atau lebih yang menggunakan kata-kata kasar dan vulgar, biasanya terjadi di forum, *chat room*, atau *game online*

b. *Harassment*

*Harassment* merupakan kata-kata yang dikirimkan secara pribadi berupa cacian dan makian yang dilakukan secara terus menerus.

c. *Cyberstalking*

*Cyberstalking* yaitu mengganggu dan mencemarkan nama baik seseorang secara intens sehingga membuat ketakutan besar pada orang. Menurut Kowalski et al (2008) merupakan perilaku mengancam untuk melukai atau memata-matai korban secara berulang yang dilakukan secara anonym di media sosial tersebut.

d. *Denigration*

Proses menggumbar keburukannya seseorang di internet dengan maksud merusak reputasi dan nama baik orang yang menjadi sasaran. Seperti seseorang yang mengirimkan gambar-gambar seseorang yang sudah diubah sebelumnya menjadi lebih sensual agar korban diolok-olok dan mendapatkan penilaian buruk dari orang lain *cyberbullying*

e. *Impersonation*

*Impersonation* merupakan penyamaran menjadi orang lain, dan mengirimkan pesan atau status yang tidak baik



f. *Outing & Trickery*

*Outing* adalah menyebarkan rahasia orang lain, atau foto-foto pribadi orang lain untuk merusak reputasi sasaran *cyberbullying*, sedangkan *trickery* (tipu daya) merujuk pada perilaku membujuk seseorang dengan tipu daya supaya mendapatkan rahasia atau foto pribadi seperti dengan berpura-pura bersahabat untuk menjalin kepercayaan.

g. *Exclusion*

*Exclusion*, yaitu secara sengaja mengecualikan atau mengeluarkan orang dari *group online*. Prastiwi (2018) berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menjelaskan bahwa pada bentuk *exclusion* dilakukan dengan mengeluarkan seseorang dari *group online* dengan sengaja.

Berdasarkan uraian terkait aspek *cyberbullying*, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat tujuh aspek *cyberbullying* yaitu *flaming*, *harassment*, *impersonation*, *denegration*, *outing & trickery*, *cyberstalking*, dan *exclusion*.

3. Faktor *Celebrity worship*

- a. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fauziah (2016) motivasi perilaku *cyberbullying* dapat dipicu oleh obsesi terhadap selebriti atau idol *K-pop*, perasaan kedekatan terhadap idolanya yang membuat penggemar melakukan perlindungan dan pembelaan secara fanatik. Perilaku memiliki perasaan kedekatan dengan idola, obsesi

terhadap selebriti atau idol kpop merupakan bentuk perilaku *celebrity worship*.

- b. Menurut Slonje et al (2013) perilaku *cyberbullying* dilakukan oleh seseorang dengan motif tujuan seperti balas dendam, iri, kecemburuan, bosan, serta mencoba kepribadian baru.
- c. Motif *cyberbullying* lain juga dinyatakan oleh Willard (2007) bahwa perilaku *bullying* baik secara *face to face* maupun *cyberbullying*, keduanya dimotivasi oleh kebencian dan bias.

Berdasarkan uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat beberapa faktor yang mendasari *cyberbullying* diantaranya, *celebrity worship*, balas dendam, iri, kecemburuan, kebencian, dan keinginan untuk mencoba kepribada baru.

#### 4. Dampak

*Cyberbullying* memberikan dampak negatif sama halnya dengan dampak yang ditimbulkan oleh *bullying*, bahkan bisa lebih parah (Kowalski et al., 2014). *Bullying* dalam berbagai bentuk dapat menimbulkan dampak jangka panjang yang lumayan serius, seperti berpengaruh pada kepercayaan diri, depresi, kemarahan, kegagalan di sekolah, dan dapat berdampak pada menyakiti diri sendiri atau bunuh diri (Willard, 2007). Masalah akademik dan sosial merupakan masalah lain yang dihadapi korban *cyberbullying*. Korban yang mengalami *cyberbullying* menarik diri dari aktivitas sekolah, ketidakhadiran dan kegagalan di sekolah, gangguan makan dan penyalahgunaan zat kimia (Chibbaro, 2007)

## 5. *Cyberbullying* Prespektif Islam

*Cyberbullying* dalam pandangan islam dapat diartikan sebagai sebuah perilaku merendahkan orang lain, hal ini dikarenakan pelaku *cyberbullying* mencoba untuk merendahkan harga diri ataupun melemahkan mental korbannya (Ashgar, 2004). Islam sangat melarang dan tidak menganjurkan perilaku *cyberbullying*. Pembahasan terkait *cyberbullying*, sejalan dengan ayat yang membahas tentang larangan membenci, mengolok-olok dan meremehkan orang lain.

### QS Al-Hujurat ayat 11

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرُ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan orang laki-laki merendahkan kumpulan yang lain, boleh jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. Dan jangan pula sekumpulan perempuan merendahkan kumpulan lainnya, boleh jadi yang direndahkan itu lebih baik. Dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman dan barangsiapa yang tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim” (QS. Al Hujurat/49:11)*

Menurut Quraish Shihab, ayat di atas memberikan petunjuk tentang beberapa hal yang harus dihindari untuk mencegah timbulnya pertikaian. Kata yaskhar/mengolok-olok yaitu menyebut kekurangan orang lain dengan tujuan menertawakan yang bersangkutan, baik dengan ucapan, perbuatan atau tingkah laku. Dalam tafsir al-Maragi, diungkapkan bahwa tidak pantas seorang

mukmin mengolok-olok, mengejek, dan memberi gelar buruk bagi mukmin yang lainnya. Hal ini dikarenakan perbuatan tersebut sangatlah buruk. Sebab itu, penting untuk menjaga ucapan, baik lisan maupun tulisan di dalam media sosial (Adnan, 2022).

Dengan demikian, ayat ini menerangkan tentang larangan mengolok-olok, mengejek, dan memberikan gelar buruk kepada orang lain. Perilaku negatif ini dalam konteks media sosial dianggap sebagai tindakan *cyberbullying* dalam bentuk *flaming* dan *exclusion*. Ayat ini juga menegaskan untuk menilai diri sendiri (kontemplasi) terlebih dahulu sebelum menilai orang lain. Jadi, sudah semestinya pengguna media sosial untuk selalu menjaga ucapan dalam bermedia sosial. Hal ini dapat dilakukan dengan membatasi konten yang beredar dan tidak terbawa arus dalam konten-konten negatif, serta mengamalkan untuk selalu mengucapkan kata-kata yang baik atau lebih baik diam (Adnan, 2022).

## **B. *Celebrity worship***

### **1. Definisi *Celebrity worship***

Mccutcheon et al., (2002) menggunakan teori *absorption addiction* untuk menjelaskan definisi terkait dengan *celebrity worship*, *absorption* adalah kondisi dimana individu merasa bahwa mereka memiliki hubungan yang nyata dengan selebriti favorit. Semakin penggemar mencari informasi tentang idolanya maka penggemar semakin yakin bahwa penggemar dan idolanya memiliki hubungan yang spesial. Perilaku ini dapat menyebabkan timbulnya gangguan obsesif-kompulsif bahkan

delusional (Sheridan et al., 2007). Sedangkan *addiction*, dijelaskan dengan kemungkinan individu untuk memberi toleransi kepada perilaku mereka demi memuaskan keinginan mereka di posisi *absorption*.

Menurut Maltby et al. (2004) *celebrity worship* adalah suatu kondisi senang dengan selebriti atau idola tertentu yang mempengaruhi kehidupan fans dan dapat digambarkan sebagai obsesif terhadap sesuatu. *Celebrity worship* digambarkan sebagai hubungan parasosial (hubungan satu sisi) di mana seorang individu tahu yang lain, tetapi lainnya tidak (Maltby & Giles, 2008)

*Celebrity worship* didefinisikan sebagai hubungan sosial. yang biasanya terjadi satu arah yang didasarkan pada ketertarikan dan minat pada seseorang yang terkenal (Scale, 2011). Menurut Brown (2015) menggambarkan *celebrity worship* sebagai keterikatan psikologis yang intens yang melibatkan hubungan seseorang dengan selebriti favorit mereka sebagai fokus utama hidup penggemar.

Berdasarkan uraian terkait *celebrity worship* maka, dapat disimpulkan bahwa *celebrity worship* merupakan kegiatan memuja selebriti dengan intens yang dapat mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Hal ini terjadi karena *celebrity worship* dapat menumbuhkan hubungan parasosial yang abnormal antara penggemar dan idola. Hubungan parasosial merupakan hubungan satu arah, sehingga hanya penggemar yang merasa memiliki hubungan khusus atau istimewa dengan idolanya, hal ini menyebabkan penggemar yang mengalami *celebrity worship* terlihat tidak normal karena

orang tersebut banyak meluangkan waktunya untuk hubungan parasosial tersebut.

## 2. Aspek *Cyberbullying*

Menurut Maltby et al. (2006) terdapat 3 aspek yang dapat digambarkan sebagai tingkatan *celebrity worship*, yaitu:

### a. *Entertainment social*

Merupakan level terendah dari *celebrity worship*, aspek yang digambarkan dengan motivasi yang mendasari pencarian aktif fans terhadap *celebrity worship*. Bertujuan untuk hiburan dan menghabiskan waktu, yang didasari oleh ketertarikan fans terhadap bakat, sikap, dan perilaku, dan hal yang telah dilakukan oleh selebriti tersebut. Pada aspek ini penggemar juga merasa penting atau senang membicarakan idolanya kepada orang lain yang bukan penggemar atau ke sesama penggemar.

### b. *Intense personal*

*Intense personal*, adalah level menengah dari *celebrity worship*, pada tingkat ini individu mulai memiliki perasaan intensif dan komplusif terhadap selebriti favoritnya. Dimana penggemar merasa memiliki hubungan yang kuat dengan tokoh idolanya. Hal ini menyebabkan penggemar memiliki sebuah obsesi terhadap kehidupan selebriti favoritnya, mulai dari berita terbaru hingga informasi pribadi. Empati tinggi yang dirasakan para penggemar kepada idola mereka membuat penggemar merasa bahwa mereka memiliki hubungan

khusus dengan idolanya bahkan ikut merasakan apa yang terjadi dengan idola tersebut. Misalnya, penggemar sedih ketika idolanya telah gagal dan para penggemar sangat peduli dengan apa yang terjadi pada idola mereka (Widjaja & Ali, 2015). Penelitian yang dilakukan oleh Stever (dalam Vinney, 2022) sekitar 20% responden berada pada tingkat *intense personal*.

c. *Borderline pathological*

Individu pada tingkat *borderline pathological* yang mana merupakan tingkat paling tinggi, menunjukkan perilaku dan sikap patologis sosial, seperti bersedia melakukan apa saja demi tokoh idola yang disukainya. Meskipun hal tersebut dapat melanggar norma dan hukum. Pada tingkat ini, pemikiran penggemar tampak tidak rasional dan tidak terkontrol. Fans mulai berfantasi dan berkhayal memiliki kedekatan khusus dengan selebriti idolanya, fans memiliki keyakinan idolanya akan menolog saat fans membutuhkan bantuan. Stever (dalam Vinney, 2022) sekitar 3%- 5% partisipasi penelitian termasuk dalam tingkat *borderline pathological*

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa individu mengagumi idolanya sebagai hiburan sosial baginya, memunculkan ketertarikan untuk mengetahui lebih banyak terkait idolanya. Ketika merasa sudah mengenal idolanya, individu akan merasa seperti memiliki hubungan dengan idolanya, dan akan berpikir diluar nalar, hingga akan melakukan apapun untuk idolanya

### 3. Faktor *Celebrity Worship*

Terdapat 3 faktor yang memengaruhi *celebrity worship* menurut (Mccutcheon et al., 2002) yaitu:

- a. Usia, *celebrity worship* mencapai puncaknya pada usia remaja dan berkurang secara perlahan pada usia dewasa
- b. Ketrampilan sosial, individu dengan ketrampilan sosial yang buruk menganggap *celebrity worship* sebagai kompensasi atas tidak terjadinya hubungan sosial yang nyata
- c. Gender, perempuan cenderung lebih melakukan *celebrity worship* yang intens dibanding laki-laki (Maltby et al., 2006). Perempuan cenderung memilih selebriti laki-laki sebagai idolanya, sedangkan laki-laki cenderung mengidolakan selebriti perempuan.
- d. Pendidikan, *celebrity worship* biasanya dilakukan oleh orang dengan kecerdasan lebih rendah, orang yang memiliki kecerdasan lebih tinggi mengagumi idolanya melalui keprbadian yang baik, atau apabila cerdas melihat idolanya tidak lebih pintar darinya, mereka lebih sedikit memuja idolanya.

### 4. Dampak

*Celebrity worship* dapat memberikan dampak positif maupun negatif bagi yang mengalaminya, dampak positif dari *celebrity worship* yaitu membantu remaja dalam membentuk identitas diri, karena idola dapat meningkatkan kepercayaan diri remaja (Maltby et al., 2003), menurut Bon & Lomore (dalam Sheridan et al., 2007) dalam penelitiannya dengan



melakukan survei terhadap 75 mahasiswa ditemukan bahwa 58,7% mahasiswa tersebut percaya bahwa *celebrity worship* telah mempengaruhi sikap dan keykinan mereka untuk mengejar kegiatan tertentu.

Dampak negatif dari *celebrity worship* berat dapat mempengaruhi kesehatan mental seseorang, dilansir dari Tribunnews.com dua orang penggemar melakukan percobaan bunuh diri karena disebabkan oleh kepergian idolanya (Maulana, 2017). Selain itu dampak negatif dari *celebrity worship* juga diungkapkan oleh Asrie & Misrawati (2020) ditemukan bahwa *celebrity worship* dapat berdampak pada *impulsive buying*. Penelitian yang dilakukan Zsila et al (2018) *celebrity worship* berasosiasi dengan *problematic internet use*, yaitu perilaku adiksi dalam mengakses internet, adiksi tersebut cenderung membuat individu melakukan perilaku negatif.

##### 5. *Celebrity worship* dalam Prespektif Islam

Dewasa ini banyak remaja muslim mengagumi dan mengidolakan orang-orang dengan tingkah laku dan gaya hidup yang bertentangan dengan ajaran agama Islam. Sehingga tidak jarang banyak ditemui remaja yang lebih mengenal idolanya daripada Nabi dan Rasulullah serta sahabat. Hal ini dapat berakibat fatal, karena akan mempengaruhi gaya hidup dan perilaku para penggemar. Taslim (2010) para penggemar mengidolakan atas dasar nafsu bukan agama.

Rasulullah Shallallahu'alaihi wa sallam bersabda

مَنْ تَشَبَهَ بِقَوْمٍ فَهُوَ مِنْهُمْ

“Barangsiapa yang menyerupai suatu kaum maka dia termasuk golongan mereka” (HR. Abu Dawud, Hasan)

Makna dari hadist adalah barang siapa menyerupai orang shalih, maka ia akan dimuliakan sebagaimana orang shalih dimuliakan. Dan siapa yang menyerupai orang-orang fasiq, ia akan dihinakan sebagaimana orang fasiq itu juga dihinakan. Pratama (2014) dan siapa yang terdapat padanya ciri-ciri orang mulia, ia akan ikut dimuliakan walaupun belum tentu ia memang orang yang mulia

*Tasyabbuh* adalah sebuah usaha seseorang untuk meniru sosok yang dikaguminya, baik dari tingkah laku, penampilan, hingga sifat-sifatnya dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Seiring berjalannya waktu, *K-pop* sebagai budaya populer akan berpengaruh pada perilaku dan akhlak, serta kebiasaan baru pada penggemar *K-pop*. Baik secara sengaja maupun tidak sengaja perilaku modeling dalam dunia penggemar *K-pop* merupakan hal yang lumrah ditemui, seperti gaya berpakaian dan gaya bahasa. Remaja penggemar *K-pop* dapat mengambil nilai-nilai moral yang positif dan membuang hal-hal buruk yang tidak sesuai dengan syariat agama Islam (Aulia, 2011). Terkadang remaja yang sudah terlanjur menaruh hati untuk mengidolakan artis-artis Korea, apabila tidak diimbangi dengan keimanan dapat menimbulkan stress. Hal ini terjadi karena ketegangan fisik dan psikologis.

### C. Remaja Penggemar *K-pop*

#### 1. Remaja

Remaja menurut Hurlock (2003) adalah usia transisi, dimana individu telah meninggalkan usia kanak-kanak yang lemah dan penuh ketergantungan, namun belum mampu ke usia yang kuat dan penuh tanggung jawab, baik terhadap dirinya maupun masyarakat. Semakin maju masyarakat semakin panjang usia remaja, karena harus mempersiapkan diri untuk menyesuaikan dirinya dengan masyarakat yang banyak dan tuntutan (Hurlock, 2003).

Remaja menurut Hurlock (2003) dibagi menjadi tiga kelompok usia, yaitu:

##### a. Remaja awal (*early adolescence*)

Kelompok usia ini berada pada rentang usia 12-15 tahun, adalah masa negatif, sebab pada masa ini terdapat sikap dan sifat negatif yang belum nampak dalam masa kanak-kanak, individu merasa bingung, cemas, takut dan gelisah

##### b. Remaja pertengahan (*middle adolescence*)

Pada kelompok remaja pertengahan berada pada rentang usia 15-18 tahun, pada tahap ini individu menginginkan sesuatu dan mencari-cari sesuatu, merasa sunyi dan merasa tidak dapat dimengerti.

##### c. Remaja akhir (*late adolescence*)

Berkisar pada rentang usia 18-21 tahun. Pada masa ini individu mulai stabil dan mulai memahami arah hidup dan menyadari tujuan

hidupnya. Mempunyai pendirian tertentu berdasarkan suatu pola yang jelas.

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa remaja adalah masa transisi dari kanak-kanak menuju dewasa, berada pada rentang usia 12-21 tahun yang terbagi ke dalam tiga kelompok usia.

## 2. Karakteristik Remaja

Masa remaja memiliki ciri-ciri khusus yang membedakan dengan masa lain diantaranya sebagai berikut (Hurlock, 1980):

### a. Masa remaja sebagai periode penting

Perkembangan mental dan pertumbuhan fisik yang cepat, terutama ketika awal remaja, menimbulkan penyesuaian sikap maupun mental

### b. Masa remaja sebagai masa periode peralihan

Pada masa remaja, individu mulai belajar sikap baru dan meninggalkan sifat kekanak-kanakan

### c. Masa remaja sebagai periode perubahan

Terdapat empat perubahan yang bersifat universal, diantaranya meningginya emosi, perubahan fisik, berubahnya minat dan perilaku, dan sifat ambivalen terhadap setiap perubahan.

### d. Masa remaja sebagai usia bermasalah

Terdapat dua alasan mengapa remaja kesusahan dalam menyelesaikan masalah. Pertama, remaja tidak berpengalaman dalam menyelesaikan masalah karena pada masa kanak-kanak masalah yang dialami diselesaikan oleh orang tua atau guru. Alasan kedua menolak

orang lain untuk membantu dalam menyelesaikan masalah karena merasa dirinya sudah mandiri.

e. Masa remaja sebagai masa mencari identitas

Remaja ketika memasuki masa pencarian jati diri, ingi terlihat berbeda dengan teman-teman lainnya. Remaja akan memperlihatkan identitasnya dengan menggunakan simbol yang terlihat seperti mobil, motor, pakaian, dan barang lain yang dapat menarik perhatian, guna dapat mempertahankan identitasnya dalam kelompok.

f. Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan

Sterotipe remaja yang dianggap merusak, menimbulkan masalah, dan tidak dapat dipercaya, hal ini dapat menimbulkan jarak antara orang tua dengan anak, sehingga anak ragu untuk meminta bantuan pada orang tua.

g. Masa remaja adalah masa tidak realistis

Masa ini remaja melihat kehidupan seperti kaca, mereka melihat orang lain dan dirinya sendiri sesuai dengan apa yang diinginkan, bukan apa adanya yang ia lihat. Ketika orang lain yang mengecewakan dalam mencapai tujuan, mereka akan merasa sakit hati.

h. Masa remaja adalah ambang masa dewasa

Semakin mendekati usia kematangan yang sah, remaja khawatir untuk meninggalkan stereotipe ketika remaja dan beralih ke masa dewasa. Remaja akan mengenakan pakaian layaknya orang dewasa, tetapi juga meniru kebiasaan buruk orang dewasa seperti merokok,

minum-minuman keras, memakai obat terlarang serta seks bebas, dengan anggapan apa yang dilakukan akan memberi citra pada diri remaja tersebut.

### 3. Penggemar *K-pop*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) penggemar berasal dari kata dasar gemar, yang memiliki arti suka sekali atau sangat. Dalam dunia *K-pop* penggemar disebut dengan *K-popers*. Pada setiap *boy band*, *girl band*, maupun solois dari Korea Selatan membentuk komunitas sendiri, yang disebut *fandom*. *Fandom* dibuat oleh masing-masing agensi yang menaungi *boy band*, *girl band*, dan solois terkait. *Fandom* adalah sebutan lain dari sekelompok penggemar. *Fandom* merupakan istilah yang digunakan untuk menunjuk pada subkultur tertentu, berbagai hal dan berbagai kegiatan yang berkenaan dengan penggemar dan juga kegemarannya (Hanjani et al., 2019). *Fandom* terbagi menjadi dua berdasarkan jenis kelamin, yaitu *fangirl* (fans perempuan), dan *fanboy* (fans laki-laki)

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa remaja penggemar *K-pop* adalah remaja yang menyukai musik Korea, baik *boy band*, *girl band*, maupun solois Korea Selatan, dan tergabung dalam sebuah komunitas penggemar untuk perempuan disebut dengan *fangirl* dan *fanboy* sebutan bagi laki-laki yang menggemari musik korea, secara umum yang menyukai *K-pop* disebut dengan *K-popers*

#### D. Telaah Pustaka

Penelitian terkait dengan *cyberbullying* bukanlah hal yang pertama dalam keilmuan Psikologi. Berikut merupakan tabel penelitian terdahulu terkait dengan fenomena *cyberbullying* sebagai berikut:

Tabel 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul, Peneliti, Tahun	Metode	Hasil Penelitian
1	Hubungan antara empati dan <i>cyberbullying</i> pada remaja di jejaring sosial (Bella & Mario 2021)	Penelitian kuantitatif, metode korelasional	Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara empati dan <i>cyberbullying</i> pada remaja yang menggunakan jejaring sosial dengan jumlah responden 101 remaja berentang usia 13-24 tahun. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara empati dan <i>cyberbullying</i> , artinya remaja yang memiliki empati belum tentu tidak terlibat dalam perilaku <i>cyberbullying</i>
2	Hubungan antara harga diri dan <i>cyberbullying</i> pada remaja di media sosial (Utami, 2021)	Penelitian kuantitatif, jenis penelitian korelasional	Harga diri tidak memiliki hubungan dengan <i>cyberbullying</i> . Dan dalam penelitian ini juga dapat disimpulkan bahwa tidak semua remaja yang memiliki harga diri yang rendah mempunyai kecenderungan untuk melakukan perilaku <i>cyberbullying</i> di media sosial
3	Analisis Hubungan antara <i>internet addiction</i> dan <i>self efficacy</i> dengan perilaku <i>cyberbullying</i> remaja: studi literature (Fitryasari& Dewi ,2020)	Penelitian kualitatif, desain literatur rivew	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara <i>internet addiction</i> dengan <i>cyberbullying</i> , dimana remaja yang tidak dapat mengendalikan <i>internet addiction</i> dan menggunakannya dalam waktu lama serta implusif dapat terlibat dalam perilaku <i>cyberbullying</i> . Selain

			itu terdapat hubungan <i>self efficacy</i> dan <i>cyberbullying</i> , artinya keyakinan diri seseorang memiliki pengaruh untuk seseorang melakukan <i>cyberbullying</i> dan menyelesaikan <i>cyberbullying</i> dengan komunikasi secara online
4	Hubungan <i>self control</i> dengan perilaku <i>cyberbullying</i> di media sosial pada remaja (Devia Pratama, 2021)	Metode penelitian kuantitatif, desain penelitian korelasional	Terdapat hubungan negatif yang signifikan antara <i>self control</i> dan <i>cyberbullying</i> . Artinya bahwa semakin positif <i>self control</i> maka semakin rendah perilaku <i>cyberbullying</i> pada remaja, dan sebaliknya semakin negatif <i>self control</i> maka semakin tinggi perilaku <i>cyberbullying</i> pada remaja
5	Hubungan <i>self esteem</i> dengan perilaku <i>cyberbullying</i> pada remaja pengguna media sosial Twitter (Nashaya et al., 2022)	Penelitian kuantitatif, desain korelasional	Skala pengukuran yang disebarkan kepada responden dengan rentang umur 18-22 tahun, menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara <i>self-esteem</i> dengan perilaku <i>cyberbullying</i> pada remaja pengguna media sosial Twitter di Bandung
6	<i>Cyberbullying among teenage K-pop fans</i> (Andriani et al., 2020),	Penelitian kualitatif, jenis penelitian <i>library research</i>	Tujuan penelitian untuk menggambarkan bagaimana pendekatan yang tepat dalam mengenalkan bentuk dan mengatasi <i>cyberbullying</i> . Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa bentuk , terhadap penggemar <i>K-pop</i> seperti <i>hate speech</i> , <i>spamming</i> , <i>hacking</i> , <i>hate comment</i> , <i>fanwar</i> . Selain itu peneliti juga menunjukkan bahwa <i>cyberbullying</i> yang diterima penggemar <i>K-pop</i> dapat berasal dari <i>inside</i> (satu <i>fandom</i> ), <i>internal</i> (keluarga), <i>eksternal</i>



<i>(non-kpop fans)</i>			
<b>7</b>	Hubungan antara <i>celebrity worship</i> dengan agresi verbal pada komunitas penggemar NCT di Twitter (Luh et al., 2022)	Penelitian kuantitatif, desain korelasional	Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui korelasi antara <i>celebrity worship</i> dengan agresi verbal pada komunitas penggemar NCT di Twitter, menunjukkan adanya hubungan positif antara <i>celebrity worship</i> dengan agresi verbal, artinya semakin tinggi <i>celebrity worship</i> maka semakin tinggi agresi verbal pada penggemar NCT, begitu pula sebaliknya.
<b>8</b>	Hubungan antara <i>celebrity worship</i> dengan perilaku <i>cyberbullying</i> pada penggemar <i>K-pop</i> di Instagram (Ibadurrahma,2021)	Penelitian Kuantitatif, desain korelasional	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan <i>celebrity worship</i> dengan perilaku <i>cyberbullying</i> pada penggemar <i>K-pop</i> di media instagram, dengan subjek berusia 18-21 tahun. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara <i>celebrity worship</i> dengan <i>cyberbullying</i> , semakin tinggi tingkat <i>celebrity worship</i> penggemar <i>K-pop</i> semakin tinggi pula tingkat perilaku <i>cyberbullying</i> .
<b>9</b>	<i>Cyberbullying</i> pada penggemar <i>K-pop</i> (Rinaldi,2022)	Penelitian kualitatif	Penelitian ini bertujuan untuk memahami tingkat <i>cyberbullying</i> dan perbedaan jenis kelamin pada penggemar <i>K-pop</i> . Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara <i>cyberbullying</i> pada laki-laki dan perempuan dan juga tingkat <i>cyberbullying</i> pada sebagian penggemar <i>K-pop</i> rendah.
<b>10</b>	<i>A study of th cause analysis of cyberbullying among Korean adolescents</i> (Jun, 2020)	Penelitian Kuantitaif	Tujuan penelitian ini adalah untuk secara akurat menganalisis dan menyelidiki <i>cyberbullying</i> di kalangan remaja. Dengan jumlah sampel

---

			sebanyak 4779. Data statistik menunjukkan bahwa kekerasan verbal merupakan jenis terbanyak dari <i>cyberbullying</i> melalui <i>instant messaging</i> . Interaksi antara orang tua dan kemampuan dalam berteman memiliki korelasi negatif dengan pengalaman <i>cyberbullying</i> .
<b>11</b>	<i>Cyberbullying and adolescent mental health: semantic review</i> (Mota, 2015)	Penelitian kuantitatif	<i>Cyberbullying</i> mempengaruhi sebagian besar remaja (10% hingga 20%), terkait dengan stres emosional, dan emosi negatif seperti kemarahan, ketakutan, depresi, dan stress. <i>Cyberbullying</i> dapat meningkatkan keinginan bunuh diri dan upaya bunuh diri, selain itu dapat menyebabkan penyalahgunaan zat. Namun ketahanan ( <i>resilience</i> ) adaptif dan penilaian positif terhadap situasi stres seperti <i>self-esteem</i> dan <i>self efficacy</i> dapat meminimalkan kekacauan emosi pada beberapa korban <i>cyberbullying</i>
<b>12</b>	<i>Status of cyberbullying among Chinese teenagers on social media</i> (Lei et al., 2022)	Penelitian kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebesar 42.3% remaja dibawah 18 tahun pernah mengalami <i>cyberbully</i> . Dari data penelitian, Industri hiburan seperti selebriti dan <i>game</i> adalah penyebab paling penting dari <i>cyberbully</i> , jenis industri hiburan ini menyumbang 68% yang mana merupakan presentase tertinggi. Namun tingkat keparahan <i>cyberbullying</i> tidak berkorelasi dengan tingkat keparahan hasil yang ditimbulkan, hal ini karena tingkat toleransi psikologis yang berbeda, yang sulit diukur

---

			dan dapat berubah seiring waktu.
13	<i>The new face of cyberbullying in Indonesia: how can we provide justice to the victim?</i> (Nugraheni, 2022)	Penelitian kualitatif	<i>Cyberbullying</i> yang terjadi di Indonesia dapat terjadi dalam berbagai bentuk seperti penghinaan, pelecehan, penindasan, dan perilaku tidak bermoral. Agama, suku, ras, dan etnis merupakan sasaran dari <i>cyberbullying</i> . Hal ini dapat dicegah dengan mempelajari etika dan berkomunikasi yang baik. Apabila seseorang mengalami <i>cyberbullying</i> , keluarga perlu untuk diberi informasi dan membicarakannya dengan pihak berwenang.
14	<i>The role of cyberbullying victimization in the relationship between adult BTS fans' psychological sense of community and wellbeing</i> (Laffan et al., 2022)	Penelitian Kuantitatif	Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki apakah <i>cyberbullying victimization</i> memainkan peran yang berpengaruh dalam hubungan perasaan komunitas dan kesejahteraan psikologis penggemar BTS. Hasilnya terdapat hubungan positif yang signifikan antara <i>sense of community</i> dan kesejahteraan psikologis

Berdasarkan ulasan mengenai penelitian-penelitian terdahulu. Teridentifikasi persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Persamaannya yaitu pada metode penelitian yang digunakan di penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode korelasional. Sedangkan perbedaannya yaitu subjek penelitian dan tempat penelitian yang akan dilakukan penelitian yaitu remaja perempuan penggemar BTS di Solo Raya. Dan tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship*

dengan *cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar *K-pop fandom ARMY* di Solo Raya. Dalam penelitian sebelumnya terdapat instrumen untuk mengukur *cyberbullying* menggunakan skala yang dibuat oleh (Postigo,2020)

#### **E. Hubungan antara *Celebrity Worship* dengan *Cyberbullying* (Kerangka Berpikir)**

Kerangka berpikir ini akan membahas tentang hubungan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* pada remaja penggemar *K-pop*. *Cyberbullying* merupakan perilaku *bullying* di dunia maya dengan mengirim atau memposting materi berbahaya atau kejam menggunakan internet atau teknologi digital lainnya. Perilaku ini banyak ditemukan pada individu pada rentang usia 12-25, sebagai pengguna aktif internet.

*Cyberbullying* dapat dilakukan oleh siapapun selama individu tersebut aktif menggunakan internet. Namun fenomena *cyberbullying* banyak dijumpai pada penggemar *K-pop*, khususnya remaja. Hal ini dapat disebabkan karena berlebihan dalam membela idola yang digemari. *Cyberbullying* memiliki tujuh aspek yaitu *flaming, harassment, cyberstalking, denigration, impersonation, outing & trickery, exclusion*.

*Celebrity worship* merupakan salah satu faktor yang menyebabkan dari perilaku *cyberbullying* pada remaja penggemar *K-pop*. *Celebrity worship* merupakan keterikatan psikologis yang intens, melibatkan hubungan individu dengan selebriti favorit dan menjadi fokus utama hidup penggemar. *Celebrity*

*worship* memiliki tiga aspek yaitu *entertainment social*, *intense personal*, dan *borderline pathological*

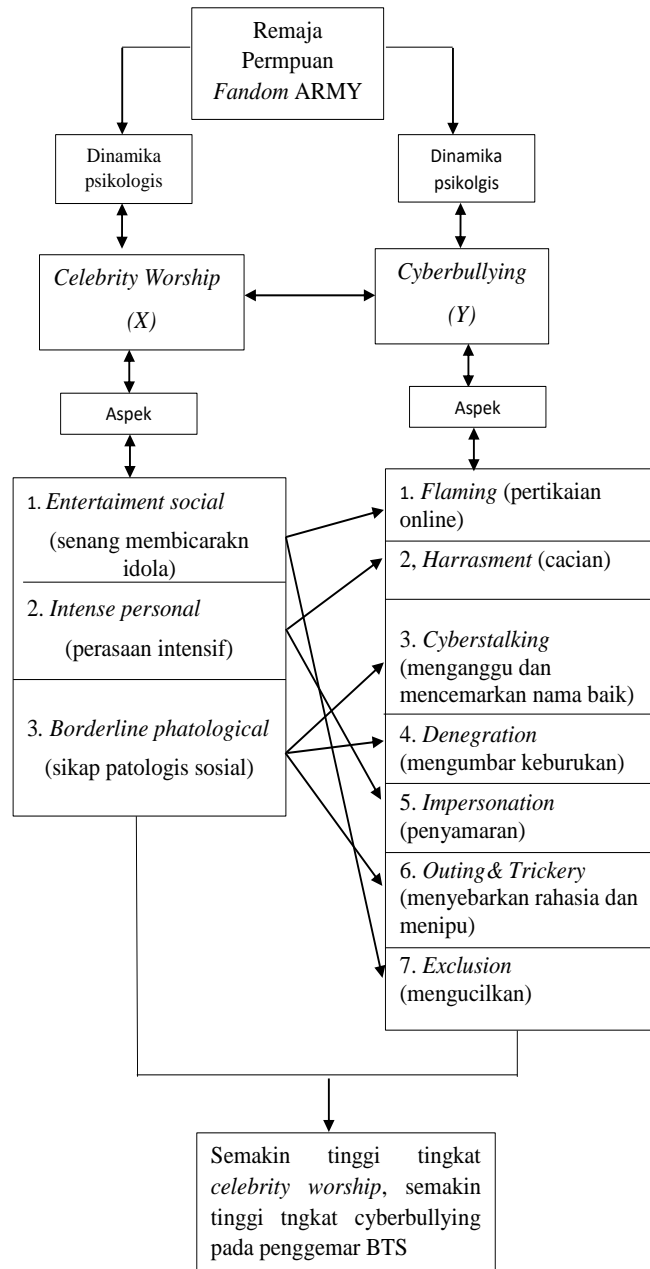
Remaja penggemar *K-pop* yang hanya menggunakan internet untuk mencari informasi terbaru terkait idola favoritnya (*entertainment social*) karena penggemar tertarik untuk mengetahui kehidupan idolanya, apabila menemui informasi yang dapat merusak nama atau reputasi idola yang digemari, para penggemar tidak segan untuk membelanya dengan kata yang kasar bahkan vulgar yang tidak jarang menimbulkan pertikaian (*flaming*) yang biasanya terjadi di forum chat sehingga tidak jarang seseorang dapat mengeluarkan orang lain dari group online secara sengaja (*exclusion*).

Penggemar *K-pop* dikenal dengan individu yang terobsesi dengan kehidupan idolanya, sehingga memunculkan perasaan yang intens dimana penggemar merasa memiliki hubungan (*intense personal*). Dalam kondisi ini penggemar dapat terdorong untuk melakukan *fanwar* yang disadari atau tidak akan melakukan cacian, bahkan melakukan penyamaran. Penggemar menganggap bahwa idola mereka adalah sosok yang sempurna dan tidak terima apabila ada yang memberikan konotasi negatif, sehingga mereka akan menyerang siapapun yang memberikan opini negatif (Mubaroka & Susanti, 2021).

Tidak jarang ditemui penggemar yang bersedia melakukan apa saja demi tokoh idola yang disukainya, meskipun hal tersebut melanggar norma dan hukum, penggemar *K-pop* pada tingkat ini menunjukkan sikap patologis sosial (*borderline pathological*). Pada tahap ini penggemar menunjukkan perilaku

irrational, seperti mengikuti idola, meneror , hingga melakukan hal yang cenderung mengarah kriminalitas hanya demi idolanya (Yoga et al., 2022)

Bagan 1 Kerangka Berpikir



## F. Hipotesis

Hipotesis merupakan praduga sementara yang diajukan oleh peneliti terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini menggunakan hipotesis dua arah, adalah pengujian terhadap suatu hipotesis yang belum diketahui arahnya. Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan tersebut maka peneliti mengajukan rumusan hipotesis yaitu:

$H_a$  : Terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar *K-pop fandom ARMY* di Solo Raya

$H_0$  : Tidak terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar *K-pop fandom ARMY* di Solo Raya

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Metode Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian non-eksperimen dengan rancangan penelitian korelasional. Penelitian korelasional adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel *celebrity worship* dengan *cyberbullying*, yang dinyatakan dengan besarnya koefisien dan signifikansi secara statistik.

#### **B. Identifikasi Variabel**

Menurut Sugiyono, (2018) mendefinisikan variabel sebagai segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ialah variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel independen atau variabel bebas (X) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya



variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2018). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *celebrity worship*

2. Variabel dependen atau variabel terikat (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel independen (Sugiyono, 2018). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *cyberbullying*

### C. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variable tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2016). Definisi operasional pada penelitian ini sebagai berikut :

1. *Cyberbullying*.

*Cyberbullying* merupakan perilaku *bullying* di dunia maya dengan mengirim atau memposting materi berbahaya atau kejam menggunakan internet atau teknologi digital lainnya. *Cyberbullying* memiliki tujuh aspek yaitu *flaming, harassment, cyberstalking, denegration, outing& trickery, exclusion, dan impersonation*. Ketujuh aspek tersebut menjadi acuan peneliti untuk mengukur tingkat *cyberbullying* pada subjek penelitian. Dalam skala ini semakin tinggi skor yang diperoleh artinya semakin tinggi perilaku *cyberbullying* yang dimiliki, dan sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh semakin rendah pula perilaku *cyberbullying* yang dimiliki. Skala yang digunakan mengacu pada aspek aspek *cyberbullying* Willard

(2007) yang di konstruksi oleh (Risyana, 2019) yang kemudian akan dimodifikasi oleh peneliti sesuai dengan kebutuhan penelitian

## 2. *Celebrity worship*

*Celebrity worship* didefinisikan sebagai suatu kondisi senang dengan selebriti atau idola tertentu yang mempengaruhi kehidupan remaja perempuan yang mengalami *celebrity worship* dan dapat digambarkan sebagai obsesif terhadap sesuatu. Aspek dari *celebrity worship* yaitu *entertainment social*, *intense personal*, dan *borderline pathological*. Aspek-aspek tersebut akan menjadi acuan untuk mengukur tingkat *celebrity worship* pada subjek penelitian. *Celebrity worship* diukur menggunakan skala *Celebrity Attitude Scale* (CAS) yang telah disusun oleh (Maltby et al., 2006). Dalam skala ini semakin tinggi skor yang diperoleh artinya semakin tinggi *celebrity worship* yang dimiliki, dan sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh semakin rendah pula *celebrity worship* yang dimiliki. Skala yang digunakan dalam penelitian ini merupakan modifikasi dari skala yang digunakan oleh (Ningsih, 2021)

## D. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah

ARMY (penggemar BTS) di Solo Raya dengan jumlah populasi 2.202 penggemar. Populasi ini diketahui dari jumlah *followers* akun Instagram @indomysolar, yang mana akun tersebut adalah akun *fanbase* ARMY di Solo Raya yang paling aktif mengadakan event untuk ARMY Solo Raya. Akan tetapi karena rata-rata *activity like* pada setiap postingan akun tersebut jauh dibawah jumlah *followers*, untuk menentukan ukuran sampel peneliti menggunakan Rumus Lemeshow. Riyanto& Hatmawan (2020) menyatakan bahwa pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang memiliki karakteristik tertentu (Sugiyono, 2018). Sampel yang diambil hendaknya harus representatif karakteristik populasi secara keseluruhan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling*, dengan teknik *accidental sampling*. *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota (Sugiyono, 2018). Sedangkan *accidental sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai

sumber data (Sugiyono, 2009). Adapun sampel penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Remaja perempuan usia 12-21 tahun
- b. Berdomisili di Solo Raya
- c. ARMY (mengikuti lebih dari dua akun sosial media BTS)
- d. Mengikuti kegiatan BTS dalam 1 tahun terakhir

Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus Lemshow (1997) Alasan peneliti menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah. Berikut rumus Lemeshow:

$$n = Z^2 P (1-p) / d^2$$

n: sampel yang dicari

z: nilai standar =1, 96

p: proporsi populasi yang tidak diketahui = 50% = 0,5

d: alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Dari hasil perhitungan didapatkan n = 96 dibulatkan menjadi 100.

Dengan demikian jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 100 responden.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan 2 macam teknik pengumpulan data yaitu skala *celebrity worship* dan skala *cyberbullying*. Pertanyaan yang disajikan mewakili setiap indikator variabel yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat ukur skala likert. Skala likert digunakan

untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018). Adapun alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Skala *Cyberbullying*

*Cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar BTS diukur menggunakan skala yang dimodifikasi dari skripsi Risyana (2019) mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul “Hubungan antara Regulasi Emosi dan Perilaku *Cyberbullying* pada Remaja”. Dengan total 35 aitem yang pada peniliti terdahulu memiliki nilai korelasi aitem total yang bergerak dari 0,250 sampai 0,762. dan reliabilitas sebesar 0,939 sehingga alat ukur yang telah diuji cobakan Risyana (2019) dikatakan valid dan reliabel. Peneliti akan memodifikasi alat ukur dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

Penilaian jawaban mempunyai persebaran skor yang memiliki interval atau berjarak sama, yaitu bergerak dari 1 sampai 5, dimana pada penilaian jawaban yang digunakan oleh (Risyana, 2019) menggunakan empat alternatif jawaban. Lima alternatif jawaban dan skor yang dimaksud adalah skor untuk aitem *favourable* yaitu sangat sesuai (SS)= 5, sesuai (S)= 4, netral (N)= 3, tidak sesuai (TS)= 2, sangat tidak sesuai (STS)= 1. Sedangkan untuk aitem *unfavourable* sangat sesuai (SS)= 1, sesuai (S)= 2, netral (N)= 3, tidak sesuai (TS)= 4, sangat tidak sesuai (STS)= 5.

Tabel 2 Blueprint Skala *Cyberbullying*

No	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
1	<i>Flaming</i>	1,2,3	7,8	5
2	<i>Harassment</i>	4,5,6	12,13,14	6
3	<i>Denigration</i>	9,10, 11	18, 19, 20	6
4	<i>Impersonation</i>	15, 16, 17	24, 25	5
5	<i>Outing &amp; Trickery</i>	21,22,23	28,29, 30	6
6	<i>Exclusion</i>	26,27	33,34,35	5
7	<i>Cyberstalking</i>	31, 32		2
<b>Jumlah</b>				35

## 2. Skala *Celebrity worship*

*Celebrity worship* pada remaja perempuan penggemar BTS diukur menggunakan skala yang dimodifikasi dari skripsi (Ningsih,2019) mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau yang berjudul “Hubungan antara Religiusitas dengan *Celebrity worship* pada Remaja Penggemar *K-pop* di Pekanbaru” dari skala sebelumnya yang telah di digunakan oleh Fajariyani(2018) dengan mengadaptasi alat ukur yang dibuat Maltby (2006). Dengan total 38 aitem, memiliki validitas yang sudah memenuhi syarat yaitu  $>0,25$  dan nilai reliabilitas sebesar 0,920 sehingga alat dapat dikatakan valid dan reliabel yang akan dimodifikasi oleh peneliti dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian

Penilaian jawaban mempunyai persebaran skor yang memiliki interval atau berjarak sama, yaitu bergerak dari 1 sampai 5. Lima alternatif jawaban dan skor yang dimaksud adalah skor untuk aitem *favourable* yaitu sangat sesuai (SS)= 5, sesuai (S)= 4, netral (N)= 3,

tidak sesuai (TS)= 2, sangat tidak sesuai (STS)= 1. Sedangkan untuk aitem *unfavourable* sangat sesuai (SS)= 1, sesuai (S)= 2, netral (N)= 3, tidak sesuai (TS)= 4, sangat tidak sesuai (STS)= Sangat Tidak Sesuai

Tabel 3 Blueprint Skala *Celebrity worship*

No	Aspek	Butir Aitem		Jumlah
		Favourable	Unfavourable	
1	<i>Entertainment social</i>	2, 5, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 26, 20, 31, 36		13
2	<i>Intense personal</i>	1, 3, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 14, 27, 28, 34, 35, 37, 38		15
3	<i>Borderline Pathological</i>	4, 23, 24, 25, 30, 33, 10, 22, 29	32	10
<b>Total</b>		37	1	38

## F. Teknik Validitas, Daya Beda Aitem, dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar dalam Matondang 2009). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2018).

Uji validitas yaitu uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam penelitian mengukur apa yang diukur (Ghozali, 2013). Dalam penelitian ini menggunakan validitas isi

Aiken's V. Validitas isi merupakan validitas yang diestimasi lewat pengujian terhadap kelayakan atau relevansi isi tes melalui analisis rasional oleh panel yang berkompeten atau melalui *expert judgement* (Hendryadi, 2017). Untuk mengukur validitas isi peneliti menggunakan tiga rater. Rentang angka V yang mungkin diperoleh adalah antara 0 sampai dengan 1 (Azwar, 2012).

Formula yang diajukan oleh Aiken adalah sebagai berikut (dalam Azwar, 2012)

$$V = \sum s / [n(C-1)]$$

Keterangan

S = r – lo

Lo = angka penilaian terendah (1)

C = angka penilaian tertinggi (5)

R = angka yang diberikan oleh penilai

## 2. Daya Beda Aitem

Daya beda item adalah kemampuan suatu item dalam skala psikologi untuk membedakan setiap individu yang diukur atribut psikologisnya (Saifuddin, 2020). Dengan kata lain, daya beda item adalah kemampuan item skala psikologi dalam membedakan sampel dengan tingkat yang rendah, sedang, dan tinggi. Daya beda item ini merupakan salah satu syarat skala psikologi yang baik. Untuk mengetahui daya beda suatu item diperlukan teknik analisis kuantitatif, yaitu korelasi item dengan skor skala psikologi yang kemudian akan menghasilkan suatu koefisien. Koefisien



korelasi item dengan skor skala psikologi bergerak dari angka 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati angka 1, maka koefisien korelasi item dengan skor skala psikologi semakin baik.

Kriteria pemilihan item yang berdaya beda baik berdasarkan korelasi item dengan skor skala psikologi adalah  $r_{iX}$  atau  $r_{i(X=i)} \geq 0,30$ . Setiap butir atau item dalam skala psikologi mencapai 0,30 maka dianggap memiliki daya beda yang baik. Dengan demikian, item tersebut dapat digunakan pada tahapan pengukuran dan penelitian. Namun, jika dalam analisis korelasi item dengan skor skala psikologi ditemukan bahwa seluruh item pada suatu aspek skala psikologi gugur semua, maka peneliti dapat menurunkan batasan koefisien korelasi item dengan skor skala psikologi dari 0,30 menjadi 0,25 (Saifuddin, 2020). Perhitungan daya beda item menggunakan  $r$  hitung dengan bantuan SPSS.

### 3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berarti sejauh mana hasil dari suatu pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek belum berubah (Matondang, 2009). Dalam penelitian ini reliabilitas tes diukur dengan *Alpha Cronbach*. Aitem dinyatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih dari 0,60. (Azwar, 2012).

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah sebaran data subjek penelitian mengikuti kurva normal atau tidak (Saifuddin, 2019). Data dikatakan baik dan layak apabila data berdistribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *Kolmogorov Smirnov*, dikatakan normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ), dan dikatakan tidak normal apabila nilai  $p < 0,05$

#### b. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui linear tidaknya suatu data penelitian, artinya data tersebut mengikuti garis linear korelesi atau tidak. Uji linearitas dapat diuji dengan uji F. Jika nilai *Deviation from linearity Sig*  $> 0.05$ , maka data dikatakan mengikuti model regresi linear. Sebaliknya, apabila nilai *Deviation from linearity Sig*  $< 0.05$ , maka data dikatakan tidak mengikuti model regresi linear (Werang, 2015).

#### c. Uji Hipotesis

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan korelasi *product moment pearson* jika data yang diperoleh bersifat parametrik artinya data berdistribusi normal dan memiliki hubungan yang linear. Apabila data yang diperoleh bersifat non parametrik atau data berdistribusi

tidak normal dan tidak linier, analisis data menggunakan teknik *spearman*. Analisis data menggunakan bantuan SPSS 25 (*Statistical Package for Social Science*) for Windows, untuk mengetahui hubungan *celebrity worship* dengan *cyberbullying*

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Setting Penelitian**

##### **1. Orientasi Kancan Penelitian**

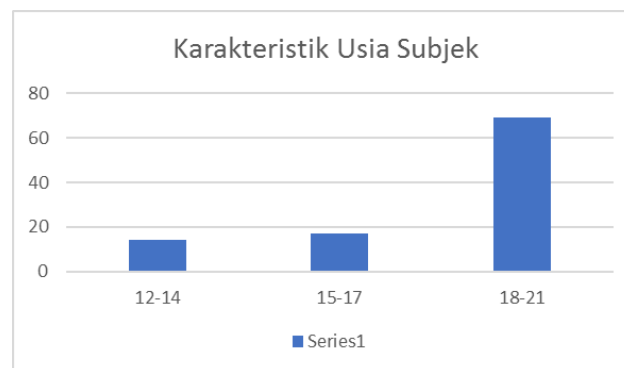
Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar *K-pop fandom* ARMY di Solo Raya. Solo Raya merupakan salah satu wilayah metropolitan di Indonesia yang sebelumnya bekas Kerasidenan Surakarta berdiri. Wilayah Surakarta dan daerah penyangga seperti Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, dan Klaten, atau sering disebut sebagai eks-Kerasidenan Surakarta.

Peneliti memilih Solo Raya sebagai lokasi penelitian dikarenakan peneliti menemukan kondisi dimana terdapat masalah terkait dengan *cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar BTS (ARMY) yang telah dijelaskan pada bagian pendahuluan. Adanya *celebrity worship* dalam diri penggemar disinyalir dapat mejad faktor terjadinya *cyberbullying*. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui apakah *celebrity worship* yang dialami remaja perempuan penggemar BTS dapat mempengaruhi tingkat *cyberbullying* yang dilakukan.

##### **2. Karakteristik Subjek**

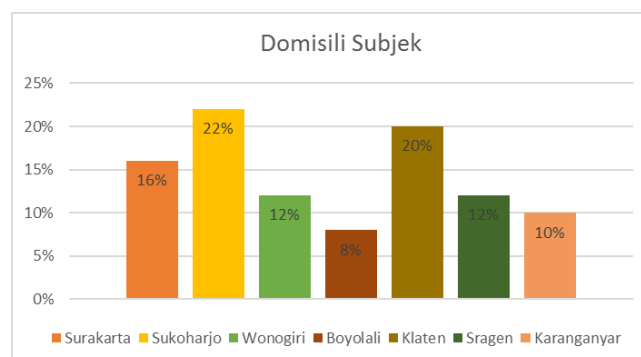
Keberagaman subjek dapat diketahui melalui karakteristik subjek yang digunakan dalam sebuah penelitian. Melalui karakteristik responden,

maka dapat diketahui gambaran yang jelas mengenai kondisi dari subjek yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini jika dilihat dari salah satu karakteristik subjek berdasarkan usia, maka dapat diketahui sebagai berikut:



Gambar 2 Karakteristik Usia Subjek

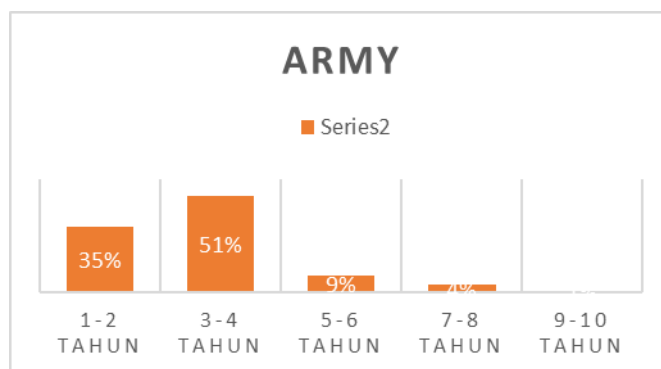
Berdasarkan gambar diagram diatas, dapat diketahui bahwa subjek yang berusia 12-14 tahun sejumlah 14 orang, subjek yang berusia diantara 15-17 tahun sejumlah 17 orang, sedangkan subjek dengan usia 18-21 tahun sejumlah 69 orang. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa subjek terbanyak dalam penelitian ini adalah usia 18-21 tahun. Karakteristik subjek berdasarkan domisili dapat dilihat dari gambar berikut:



Gambar 3 Karakteristik Domisili Subjek

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa sebesar 16% subjek berasal dari Surakarta, subjek penelitian yang berasal dari Sragen, dan Wonogiri masing-masing sebesar 12%, sedangkan 22% subjek berasal dari Sukoharjo, 10% subjek berasal Karanganyar, sedangkan subjek dari Klaten sebesar 20%, dan yang terakhir 8% subjek berasal dari Boyolali. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa subjek terbanyak dalam penelitian ini berasal dari Sukoharjo sebesar 22%.

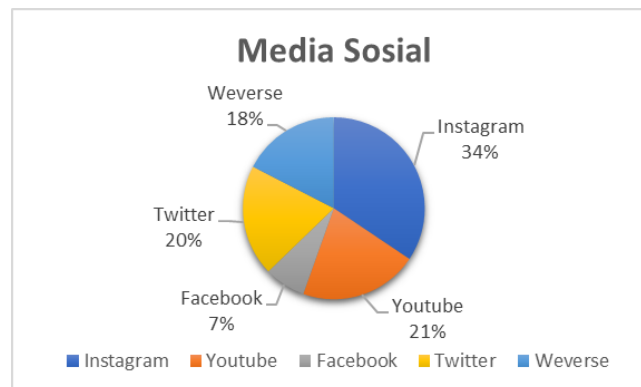
Karakteristik subjek berdasarkan lama mengikuti aktivitas BTS sebagai berikut:



Gambar 4 Karakteristik ARMY (tahun)

Dari data tersebut dapat diketahui sebanyak 35% subjek telah mengikuti aktivitas selama 1-2 tahun, sedangkan 51% subjek mengikuti BTS selama 3-4 tahun, 9% subjek mengikuti BTS selama 5-6 tahun, sedangkan 4% subjek aktif mengikuti BTS selama 7-8 tahun, dan 1% telah mengikuti BTS selama 9-10 tahun.

Karakteristik akun sosial media yang diikuti BTS oleh subjek, sebagai berikut:



Gambar 5 Karakteristik Sosial Media Subjek

Berangkat dari data tersebut dapat diketahui bahwa akun Instagram BTS menjadi sosial media yang banyak diikuti oleh subjek sebanyak 34,3% orang, kemudian diikuti dengan Youtube sebanyak 21%, kemudian sebanyak 19,7% subjek mengikuti akun Twiter BTS, Weverse diikuti sebanyak 17,4% subjek, dan sisanya ada yang mengikuti akun Facebook BTS sebanyak 7,3%.

### 3. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 28 Mei 2023 sampai dengan 2 Juni 2023 Mei 2022 pada remaja perempuan penggemar BTS yang berdomisili di Solo Raya.

### 4. Jumlah Subjek Penelitian

Sampel subjek dalam penelitian ini berjumlah 100 remaja perempuan penggemar BTS di Solo Raya. Pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling*

## B. Tahapan Penelitian

### 1. Tahap persiapan

Peneliti merancang persiapan awal sebelum melakukan penelitian, meliputi diantaranya memita izin kepada peneliti terdahulu untuk menggunakan skala yang telah dibuat melalui akun media sosial masing-masing peneliti. Peneliti memodifikasi dua skala yaitu skala *celebrity worship* dan skala *cyberbullying*, yang kemudian peneliti menyusun blueprint skala penelitian. Sebelum masuk pada proses uji validitas, skala *cyberbullying* terdiri dari 35 aitem dan skala *celebrity worship* terdiri dari 38 aitem. Peneliti menggunakan 3 rater (*expert judgement*) atau penilai untuk menilai validitas dari skala yang telah dimodifikasi oleh peneliti. Penilai ahli dalam penelitian ini adalah Psikolog yang berasal dari Biro Psikologi Dinamis, daftar nama rater dalam peneliian ini dapat dilihat pada tabel 4 berikut.

Tabel 4. Penilai Ahli Alat Ukur Penelitian

No	Nama	Asal Instansi
1	Munazilah , M.Ps., Psikolog	Biro Psikologi Dinamis
2	Ranisa Kautsar Tristi, M.Psi., Psikolog	Biro Psikologi Dinamis
3	Sekar Mahaning R, M.Psi., Psikolog	Biro Psikologi Dinamis

Hasil dari penilaian rater (*expert judgement*) atau penilai kemudian diolah dengan menggunakan ms.excel untuk mengetahui aitem mana saja yang bisa digunakan dan aitem mana saja yang tidak bisa digunakan untuk



mengambil data penelitian. Pada putaran pertama penilaian oleh reter, terdapat 10 aitem gugur pada skala *cyberbullying* yaitu aitem no 3,6,7, 10, 22, 23, 25, 27, 28, dan 31, dengan nilai koefisien validitas aitem yang gugur bergerak dari rentang nilai 0,75- 0,83, sedangkan pada skala *celebrity worship* terdapat 7 aitem gugur, yaitu no 6, 7, 21, 22, 25,27,dan 32, dengan nilai koefisien validitas aitem yang gugur bergerak dari rentang nilai 0,75- 0,83. Karena peneliti menghendaki semua aitem valid untuk diuji cobakan maka aitem yang gugur dilakukan perbaikan sesuai dengan saran dari reter. Setelah dilakukan perbaikan dan dinilai kembali oleh reter, pernyataan yang gugur pada putaran pertama, dapat digunakan dengan rentang nilai koefisien validitas sebesar 0,9167 sampai dengan 1 , sehingga skala *cyberbullying* terdapat 35 aitem valid dan skala *celebrity worship* terdapat 38 aitem valid.

Setelah melakukan pengolahan data dengan ms.excel, aitem yang lolos kemudian diuji cobakan kepada responden lain yang berasal dari luar lokasi penelitian. Peneliti menggunakan responden uji coba sebanyak 60 responden yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia dan bukan berasal dari Solo Raya. Hasil uji coba skala penelitian diolah melalui ms.excel terlebih dahulu untuk memudahkan saat pengolahan di SPSS versi 25. Data dalam ms.excel di lihat kembali aitem yang bersifat favourable dan unfavourable, untuk aitem yang bersifat unfavourable penilaiannya di balik sedangkan aitem yang bersifat favourable penilaiannya dibiarkan tetap dan tidak dibalik. Selanjutnya, data diolah

dengan menggunakan SPSS versi 25 untuk menguji validitas, daya beda aitem, dan reliabilitas. Blueprint aitem lolos setelah uji coba pada alat ukur penelitian dapat dilihat pada tabel 5 dan tabel 6 berikut.

a. Skala *Cyberbullying*

Hasil try out yang dilakukan pada skala *cyberbullying* menunjukkan bahwa dari 35 aitem, terdapat 33 aitem valid dan 2 item yang gugur yaitu aitem nomor 7 dan 33. Hasil nilai *corrected item total correlation* (daya beda) menunjukkan bahwa pernyataan yang gugur memiliki item total 0,276 dan 0,176. Hasil dari skala *cyberbullying*, diperoleh korelasi item total bergerak dari 0,334-0,946, dan koefisien *Cornbach Alpha* sebesar 0,976. Hal ini menunjukkan bahwa skala *cyberbullying* dapat dikatakan valid, memiliki daya beda, dan reliabel.

Tabel 5 Sebaran Aitem Skala *Cyberbullying* Setelah Try Out

Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
	Favorabel	Unfavorabel	
<i>Flaming</i>	1,2,3	7*,8 (7)	5
<i>Harassment</i>	4,5,6	12(11),13(12),14(13)	6
<i>Denigration</i>	9(8),10(9), 11(10)	18(17), 19(20), 20(19)	6
<i>Impersonation</i>	15(14), 16(15), 17(16)	24(23), 25(24)	5
<i>Outing &amp; Trickery</i>	21(20),22(21),23(22)	28(27),29(28), 30(29)	6
<i>Exclusion</i>	26(25),27(26)	33*,34(32),35(33)	5
<i>Cyberstalking</i>	31(30), 32(31)		2
	<b>Total</b>		33

**Catatan:** Angka yang diberi tanda (\*) adalah aitem yang gugur  
Angka yang diberi tanda ( ) adalah penomoran aitem baru

b. Skala *Celebrity worship*

Hasil try out yang dilakukan pada skala *celebrity worship* menunjukkan bahwa 38 item, terdapat 37 item valid dan 1 item yang gugur yaitu item nomor 32, dengan nilai *corrected item total correlation* 0,089. Hasil dari skala *celebrity worship*, diperoleh korelasi item total bergerak dari 0,496- 0,813, dan koefisien *Cornbach Alpha* sebesar 0,971. Hal ini menunjukkan bahwa skala *celebrity worship* dapat dikatakan valid, memiliki daya beda, dan reliabel.

Tabel 6 Sebaran Item Skala *Celebrity worship* Setelah Try Out

Aspek	Butir Aitem		Jumlah
	Fav	Unfav	
<i>Entertainment social</i>	2, 5, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 26, 20, 31, 36(35)		13
<i>Intense personal</i>	1, 3, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 14, 27, 28, 34(33), 35(34), 37(36), 38(37)		15
<i>Borderline Pathological</i>	4, 23, 24, 25, 30, 33(32), 10, 22, 29	32*	10
<b>Total</b>	37		37

**Catatan:** Angka yang diberi tanda (\*) adalah aitem yang gugur

Angka yang diberi tanda ( ) adalah penomoran aitem baru

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan peneliti melakukan penelitian atau pengambilan data yang sebenarnya di lokasi penelitian yaitu di Solo Raya. Peneliti mengambil data di lapangan dengan menggunakan kuesioner melalui *google form* yang disebarakan secara online dengan memanfaatkan

media sosial. Untuk memperoleh jumlah responden yang telah ditentukan oleh peneliti, peneliti membutuhkan waktu sekitar enam hari. Data yang diperoleh dari responden kemudian disalin pada ms. excel untuk memudahkan perhitungan di SPSS versi 25.

### C. Hasil Analisis Data

#### 1. Uji Prasyarat

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh memiliki distribusi normal. Dikatakan berdistribusi normal apabila nilai  $sig > 0,05$ . Uji normalitas wajib dilakukan dan harus terpenuhi sebagai salah satu syarat untuk analisis data. Uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* dengan bantuan SPSS versi 25 dapat dilihat pada bagian *Asymp Sig. (2-tailed) Sig* dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 7 berikut.

Tabel 7 Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	13.00919177
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.059
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil dari *Asymp.Sig.* (2-tailed) *Sig* sebesar  $0,052 > 0,05$  artinya data berdistribusi normal. Nilai signifikansi pada variabel *cyberbullying* *Asymp.Sig.* (2-tailed) *Sig* sebesar  $0,062 > 0,05$  maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Sedangkan untuk variabel *celebrity worship* nilai *Asymp.Sig.* (2-tailed) *Sig* sebesar  $0,2 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dari hasil uji normalitas yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Setelah uji normalitas terpenuhi, maka peneliti dapat melanjutkan ke tahap selanjutnya yakni uji linearitas. Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linear antara variabel terikat dengan variabel bebas. Dikataka data bersifat linear apabila nilai *Deviation from Linearity sig*  $> 0,05$ . Uji linearitas dapat diketahui dengan melihat tabel ANOVA pada tabel 8 berikut.

Tabel 8 Hasil Uji Linearitas

			Sum of		Mean		
			Squares	Df	Square	F	Sig.
CYBER *	Between	(Combined)	51567.417	56	920.847	1.546	.070
CELEB	Groups	Linearity	13908.091	1	13908.091	23.349	.000
		Deviation from Linearity	37659.326	55	684.715	1.150	.320
	Within Groups		25613.333	43	595.659		
	Total		77180.750	99			

Berdasarkan nilai *Deviation from Linearity* diperoleh nilai  $0,320 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying*

## 2. Uji Hipotesis

Setelah syarat uji normalitas dan linearitas terpenuhi maka peneliti dapat melanjutkan proses uji hipotesis menggunakan korelasi *product moment pearson*, merupakan teknik statistis parametrik digunakan untuk mengukur keeratan hubungan secara linear antara dua variabel yang memiliki sebaran data normal. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 9 berikut

Tabel 9 Uji Hipotesis

### Correlations

		Cyb	CW
Cyb	Pearson Correlation	1	.425**
	Sig. (2-tailed)		.000
	Sum of Squares and Cross-products	77180.750	27314.250
	Covariance	779.604	275.902
	N	100	100
CW	Pearson Correlation	.425**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	Sum of Squares and Cross-products	27314.250	53642.750
	Covariance	275.902	541.846
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil output tabel *Correlation* nilai sig (2-tailed)  $0.000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya  $H_a$  diterima sehingga diperoleh kesimpulan ada hubungan atau korelasi antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar *K-pop fandom ARMY* di Solo Raya

Sementara nilai *pearson correlation* di dapat sebesar 0,425 artinya menunjukkan hubungan yang positif bahwa semakin tinggi tingkat *celebrity worship* semakin tinggi pula tingkat *cyberbullying*. Koefisien korelasi sebesar 0,425 dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi “sedang” karena berada pada rentang 0,40 – 0,5. Berikut merupakan pedoman derajat hubungan antra variabel dependen dengan variabel independen menurut (Sugiyono, 2007)

Tabel 10 Pedoman Derajat Hubungan

Nilai Korelasi	Derajat Hubungan
0,00- 0,20	Tidak ada korelasi
0,21- 0,40	Korelasi lemah
0,41- 0,60	Korelasi sedang
0,61- 0,80	Korelasi kuat
0,81- 1,00	Korelasi sempurna

#### D. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besar pengaruh yang ada ditunjukkan melalui besarnya nilai  $R^2$ . Dalam penelitian ini, nilai korelasi atau R diperoleh sebesar 0,425. Dari output tersebut diperoleh juga nilai koefisien determinasi atau  $R^2$  sebesar 0,180 yang megandung arti bahwa sumbangan efektif *celebrity worship* (X) terhadap *celebrity worship* (Y) sebesar 18%. Hasil analisis koefisein determinatsi dapat dilihat pada tabel 18 berikut.

Tabel 11 Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.425 <sup>a</sup>	.180	.172	25.409

a. Predictors: (Constant), X

### E. Analisis Deskriptif

Pada tabel kategorisasi akan disajikan deskripsi ringkas mengenai penelitian yang berisi fungsi-fungsi statistika dasar, diantaranya skor minimum, skor maksimum, mean dan standar deviasi dengan menggunakan skor hipotetik untuk meninterpretasi kelompok. Nilai deskriptif Hipotetik dapat dilihat pada tabel 12 berikut.

Tabel 12 Analisis Deskriptif Hipotetik

Variabel	Skor Hipotetik			
	Min	Max	Mean	SD
<i>Celebrity worship</i>	37	185	111	24,667
<i>Cyberbullying</i>	33	165	99	22

Berdasarkan hasil deskripsi data diatas, peneliti melakukan kategorisasi skor variabel pada masing-masing subjek penelitian. kategorisasi mengacu pada nilai mean hipotetik dan standar deviasi pada masing-masing subjek penelitian dengan rumus dapat dilihat pada tabel 13 berikut:

Tabel 13 Rumus Kategorisasi

Kategorisasi	Rumus
Sangat Tinggi	$M + 1,5 SD < X$
Tinggi	$M + 0,5 SD < X \leq M + 1,5 SD$
Cukup	$M - 0,5 SD < X \leq M + 0,5 SD$
Rendah	$M - 1,5 SD < X \leq M + 0,5 SD$
Sangat Rendah	$X \leq M - 1,5 SD$

Analisis deskriptif dengan pengkategorisasian data memiliki tujuan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang telah diajukan oleh peneliti sekaligus untuk memenuhi tujuan penelitian. Proses analisis data dilakukan



dengan menggunakan norma penggolongan yang dapat dilihat pada tabel diatas.

**1. Tingkat *Cyberbullying* pada Remaja Perempuan Penggemar *K-pop Fandom ARMY* d Solo Raya**

Di bawah ini adalah norma kategorisasi variabel *cyberbullying* yang di deskripsikan menggunakan statistik skor hipotetik:

Tabel 14 Kategorisasi *Cyberbullying*

<b>Kategorisasi</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Tinggi	$132 < X$	7	7%
Tinggi	$110 < X \leq 132$	2	2%
Cukup	$88 < X \leq 110$	1	1%
Rendah	$66 < X \leq 88$	17	17%
Sangat Rendah	$X \leq 66$	73	73%

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa 73 remaja perempuan dari *fandom ARMY* atau sebanyak 73% dari jumlah sampel penelitian berada pada tingkat *cyberbullying* sangat rendah, selanjutnya sejumlah 17 subjek berada pada tingkat *cyberbullying* rendah, sementara 1 subjek berada pada tingkat *cyberbullying* cukup atau sedang, dan sebanyak 2 subjek berada pada tingkat *cyberbullying* tinggi, dan yang terakhir sebanyak 7 subjek penelitian berada pada tingkat *cyberbullying* sangat tinggi

**2. Tingkat *Celebrity worship* pada Remaja Perempuan Penggemar *K-pop Fandom ARMY* d Solo Raya**

Di bawah ini adalah norma kategorisasi variabel *celebrity worship* yang di deskripsikan menggunakan statistik skor hipotetik:

Tabel 15 Kategorisasi *Celebrity worship*

Kategorisasi	Kriteria	Frekuensi	Peresentase
Sangat Tinggi	$148 < X$	14	14%
Tinggi	$123,3 < X \leq 148$	35	35%
Cukup	$98,6 < X \leq 123,3$	40	40%
Rendah	$74 < X \leq 98,6$	9	9%
Sangat Rendah	$X \leq 74$	2	2%

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa 2 remaja perempuan dari *fandom* ARMY atau sebanyak 2% dari jumlah sampel penelitian berada pada tingkat *celebrity worship* sangat rendah, selanjutnya sejumlah 9 subjek berada pada tingkat *celebrity worship* rendah, sementara 40 subjek berada pada tingkat *celebrity worship* cukup atau sedang, dan sebanyak 35 subjek berada pada tingkat *celebrity worship* tinggi, dan yang terakhir sebanyak 14 subjek penelitian berada pada tingkat *celebrity worship* sangat tinggi

## F. Pembahasan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar *K-pop fandom* ARMY di Solo Raya. Pada penelitian ini menggunakan analisis statistik *corelation product moment pearson* yang sebelumnya telah di lakukan uji normalitas dan uji linearitas.

Hasil uji normalitas pada penelitian ini menunjukkan hasil nilai signifikansi sebesar 0,052. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi kedua variabel yakni  $> 0,05$ . Artinya data pada penelitian berdistribusi normal. Sedangkan pada hasil uji linearitas didapatkan nilai signifikansi

sebesar  $0,320 > 0,05$  yang mana hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel adalah linear.

Berdasarkan hasil uji prasyarat yang telah dilakukan maka dalam penelitian ini menggunakan uji statistik parametrik yakni korelasi *product moment person*. Hasil dari uji korelasi *product moment pearson* menunjukkan hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0,425 dan nilai signifikansi 0,000. Dikarenakan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying*. Kedua variabel memiliki korelasi sedang. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa semakin tinggi *celebrity worship* maka semakin tinggi pula perilaku *cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar *K-pop*.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ibadurrahma (2021) menunjukkan adanya hubungan positif antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying*, penelitian ini berfokus pada subjek penggemar di Instagram. Ouvarien et.,al (2018) dalam penelitiannya terkait dengan pencarian informasi selebriti dengan agresi online, menunjukkan terdapat hubungan positif diantara kedua variabel tersebut. Agresi online pada penelitian ini mengarah pada bentuk *cyberbullying* yakni *falming*, *harassment*, dan tindakan menyakiti orang lain di media sosial dan fokus penelitian ini adalah agresi online yang diarahkan kepada selebriti.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fauziah (2016) menunjukkan hasil penelitian yang mendukung yakni bahwa individu yang

menggemari idola dengan fanatik menjadi motif penggemar untuk melakukan *cyberbullying*. Eliani (2018) melakukan penelitian terkait dengan fanatisme dan agresif verbal menunjukkan hubungan yang positif. Agresif verbal termasuk ke dalam kategori *cyberbullying* seperti *harassment dan flaming*, selain hal tersebut perilaku agresif yang dilakukan di media sosial secara terus menerus merupakan definisi *cyberbullying* (Smith, 2008).

Berdasarkan hasil kategorisasi *cyberbullying* diketahui bahwa dari 100 sampel penelitian, terdapat 7 subjek (7%) berada pada kategori *cyberbullying* sangat tinggi, terdapat 1 subjek (1%) yang memiliki tingkat *cyberbullying* sedang, dan 73 subjek penelitian (73%) berada pada tingkat sangat rendah. Fenomena rendahnya *cyberbullying* pada penggemar *K-pop* dikarenakan tidak semua individu yang menggemari *K-pop* melakukan *cyberbullying*.

Penggemar *K-pop* terbagi menjadi dua kelompok yaitu penggemar *K-pop* yang mengidolakan idolanya dengan menjadi haters bagi kelompok idola lain dan kelompok penggemar yang kedua yaitu penggemar yang fokus pada karya idolanya dan menganggapnya sebagai hiburan sosial. Bagi kelompok penggemar yang menganggap idolanya sebagai hiburan, berada pada tahap *entertainment social* yang mana merupakan kategori *celebrity worship* rendah (Ibadurrahma, 2021). Penggemar *K-pop* pada tahap *entertainment social* hanya mengidolakan idolanya sebagai idola dan melakukan aktivitas dengan sewajarnya dalam mendukung idolanya

dan cenderung melakukan kontrol pada emosi yang dirasakan agar terhindar dari ketegangan emosi selama menjadi penggemar *K-pop*. Seorang penggemar *K-pop* yang menganggap idolanya sebagai hiburan sosial serta mampu mengontrol emosinya agar tidak menjadi obsesif yang berlebihan, biasanya penggemar *K-pop* memilih menghindari perilaku *cyberbullying* (Dewi& Indrawati, 2019).

Berdasarkan kategorisasi *celebrity worship* dapat diketahui bahwa dari 100 subjek penelitian terdapat 14 subjek (14%) berada pada *celebrity worship* dengan kategori sangat tinggi, sedangkan sebanyak 40 subjek penelitian (40%) berada pada kategori *celebrity worship* sedang, dan 2 subjek (2%) beradap pada kategori *celebrity worship* sangat rendah. Sehingga dapat di simpulkan bahwa sebagian besar subjek berada pada kategori sedang.

Hasil penelitan Dewi& Indrawati (2019) menunjukkan bahwa penggemar *K-pop* yang berada pada tahap *intense personal* memiliki empati yang dapat dikatakan cukup tinggi, sehingga penggemar memiliki kemampuan untuk menghargai privasi idolanya agar dapat menjalankan kehidupannya selayaknya manusia biasa. Maltby et al., (2006) pada dimensi *intense personal*, indiviu menggambarkan perasaan yang kuat dan empati terhadap idolanya. Hampir sama dengan kecenderungan untuk obsesif dan merasa memiliki idola secara emosional Sama halnya dengan penggemar BTS pada subjek penelitian ini yang merasa memiliki hubungan pribadi dengan idola.

*Celebrity worship* menurut Maltby (2003) adalah hubungan satu arah yang terjadi pada seseorang dan tokoh idolanya memperlihatkan fenomena seseorang menjadi hampir terobsesi terhadap selebriti dan perilaku obsesif. Menurut Maltby&Day (2011) *celebrity worship* digambarkan sebagai hubungan parasosial (hubungan satu sisi seorang individu yang mengetahui individu lain, tetapi individu lain tidak mengetahuinya).

Dalam penelitian ini subjek yang digunakan oleh peneliti ialah remaja perempuan penggemar *K-pop fandom ARMY* yang berusia antara 12-21 tahun. Yang mana kriteria ini sesuai dengan salah satu faktor yang mempengaruhi *celebrity worship*. Maltby., et al (2002) mengungkapkan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *celebrity worship* adalah usia, puncak *celebrity worship* biasanya terjadi pada usia remaja dan akan berkurang setelah memasuki usia dewasa awal.

Mengacu pada hasil analisis uji determinasi ditemukan bahwa variabel *celebrity worship* berkontribusi sebesar 18% terhadap variabel *cyberbullying* dan 82% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa *celebrity worship* memiliki peran sebagai pemicu terjadinya *cyberbullying* yang dilakukan remaja penggemar *K-pop fandom ARMY* walaupun kontribusi yang diberikan *celebrity worship* tergolong sedikit yaitu 18%. Faktor-faktor lain yang dapat memicu perilaku *cyberbullying* misalnya, faktor pribadi dan faktor situasional menurut Kowalski (2014) dan motif tujuan menurut Slonje., et al(2012); Willard (2005).

Berdasarkan sosial media yang diikuti, Instagram menjadi media sosial yang paling banyak digunakan untuk mengikuti akun official BTS, penggemar pada umumnya menggunakan lebih dari satu akaun media sosial, hal ini dilakukan untuk menunjang hobi penggemar *K-pop*. Selain mengikuti akun official BTS, mencari informasi terkait idola dilakukan dengan mengikuti banyak akun media sosial fansite (fans yang sangat setia dan rela mengikuti idolanya kemanapun idolanya pergi, tidak hanya didalam negeri akan tetapi juga diluar negeri). Aktivitas ini sangat menguntungkan penggemar ketika mencari informasi detail dan *update* kabar terbaru idola.

Selain untuk mencari informasi terkait idola media sosial digunakan sebagai alat untuk *vote* maupun *streaming*. Hal ini juga membuat penggemar tergabung dalam dalam kelompok atau komunitas yang memiliki minat yang sama biasa disebut dengan *fandom*. *Fandom* memiliki forum khusus yang memungkinkan penggemar untuk melakukan sharing secara beramai-rami melalui *fanbase* media sosial.

Perilaku *cyberbullying* dapat dipengerahui oleh faktor internal maupun eksternal, salah satu faktor internal yang dapat memicu *cyberbullying* adalah kemampuan empati dan faktor eksternal yang memicu *cyberbullying* adalah intensitas penggunaan media sosial (Jalal& Maulina, 2020). Individu yang tidak mengerti dengan empati dan etika secara online akan sulit mengontrol perilakunya. Individu yang mengalami *celebrity worship* tahap *supportive idolization* (tahapan antara *entertainment social*

dan juga *intense personal*) mampu membatasi penggunaan akun media social untuk mencari informasi mengenai idola dengan memberikan batasan berapa lama waktu yang digunakan setiap hari untuk mengakses informasi terkait idola favoritnya. Penggemar *K-pop* pada bentuk *supportive idolization* mampu menunjukkan empati terhadap idola yang disukai, dan mampu mengendalikan emosi untuk terhindar dari perseteruan (*fanwar*) dengan penggemar lain atau kepada anti *K-pop* (Dewi& Indrawati, 2019).

*Cyberbullying* merupakan bentuk *bullying* di media sosial, *cyberbullying* sebagai fenomena baru dalam masyarakat menjadi bukti lunturnya akhlak mulia atau cara bersikap manusia sebagai umat beragama dalam masyarakat saat ini (Mukhlisotin, 2017). Perbuatan *cyberbullying* yang dilakukan dengan cara mencela, mengolok-olok, mengejek dengan konotasi negatif yang dapat berdampak buruk pada korbannya termasuk kedalam kategori *zalim*, yang mana dalam agama Islam sangat ditentang karena merupakan perbuatan dosa dan haram hukumnya untuk dilakukan oleh umat muslim karena dapat menimbulkan permusuhan antar manusia ataupun individu (Winda& Putri, 2021). Dapat disimpulkan bahwa *cyberbullying* tidak dibenarkan dalam pandangan Islam. Karena tidak memberikan dampak positif bagi korban maupun pelaku. *Cyberbullying* akan merugikan secara mental dan *cyberbullying* sebagai perbuatan tercela yang mana merupakan bentuk dari perbuatan zalim (Herwati, 2021)



Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *celebrity worship* memiliki hubungan dengan *cyb ebullying*. Individu yang mengalami *celebrity worship* akan merasa senang apabila membicarakan terkait dengan idolanya, akan tetapi aktivitas penggemar yang banyak dilakukan di media sosial dapat memicu tindakan *cyberbullying*. Meskipun tidak semua penggemar melakukan *cyberbullying* dikarenakan menganggap idola sebagai manusia biasa dan hanya memberikan hiburan semata. Jadi semakin tinggi *celebrity worship* yang dialami maka akan semakin tinggi melakukan tindakan *cyberbullying*.

#### **G. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan *google form* sebagai alat untuk memperoleh data penelitian, sehingga peneliti tidak dapat melakukan kontrol terhadap subjek yang berpartisipasi dalam penelitian
2. Subjek penelitian dapat dikatakan homogen, karena peneliti hanya menggunakan subjek yang berjenis kelamin perempuan, sehingga tidak dapat diketahui perbedaan *celebrity worship* dengan *cyberbullying* pada laki-laki.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

*Cyberbullying* merupakan perilaku atau tindakan mengirim konten atau materi berbahaya yang dilakukan oleh individu di media sosial. Dalam hal ini *celebrity worship* menjadi salah satu faktor pemicu terjadinya *celebrity worship*. Berdasarkan hasil analisis uji korelasi *product moment pearson* menunjukkan adanya hubungan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* pada remaja penggemar *K-pop*, dengan koefisien korelasi sebesar 0,425 dengan taraf signifikan 0,000 ( $p < 0,05$ ).

Arah hubungan adalah positif, yang artinya semakin tinggi *celebrity worship* maka semakin tinggi *cyberbullying* pada remaja perempuan penggemar *K-pop fandom ARMY*. Begitupun sebaliknya, semakin rendah *celebrity worship* semakin rendah *cyberbullying*. *Celebrity worship* memberikan sumbangan efektif sebesar 18% sebagai faktor pemicu terjadinya *cyberbullying*. Implikasi penelitian ini membuktikan bahwa *celebrity worship* menjadi salah satu faktor timbulnya perilaku *cyberbullying* pada penggemar *K-pop*. Hal ini selaras dengan yang disampaikan Ibadurrahma (2021) bahwa *celebrity worship* menjadi faktor terjadinya *cyberbullying* pada penggemar *K-pop*, dengan memberikan sumbangan efektif sebesar 3.9% terhadap *cyberbullying*.

## **B. Saran**

### 1. Bagi penggemar *K-pop*

*Cyberbullying* merupakan fenomena yang sering dijumpai pada kelompok penggemar *K-pop*, sehingga yang perlu dilakukan adalah memperhatikan etika dalam bermedia sosial dan meningkatkan kontrol diri.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terkait dengan dengan *cyberbullying* dapat memperhatikan jumlah subjek serta faktor-faktor demografis yang dapat mempengaruhi *cyberbullying*.

### 3. Bagi masyarakat

Bagi masyarakat diharapkan untuk dapat lebih peduli dengan perilaku perundungan yang terjadi di media sosial, khususnya untuk memberikan perhatian terhadap korban dan pelaku *cyberbullying* yang mana dapat merugikan secara psikologis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, K., & Apriana, R. (2019). Dampak *Cyberbullying* Terhadap Depresi Pada Mahasiswa Prodi Ners. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 6(2), 91. <https://doi.org/10.26714/jkj.6.2.2018.91-97>
- Andriani et al (2020). *Cyberbullying among teenage K-pop fans*. 6, 9–17
- Ardis, N., Khumas, A., & Nurdin, M. N. H. (2021). Fenomena Fanwar Remaja Perempuan Penggemar *K-pop* di Media Sosial Terindikasi Akibat Perilaku Fanatik. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 4(1), 42–49.
- Asrie, N. D., & Misrawati, D. (2020). *Celebrity worship* dan Impulsive buying pada Penggemar KPOP Idol. *Journal of Psychological Perspective*, 2(2), 91–100. <https://doi.org/10.47679/jopp.022.12200008>
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2016). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pelajar Pustaka.
- BAIA. (2020). *BTS ARMY INDONESIA*. <https://aminoapps.com/c/baia/wiki/>
- Bella, A., & Pratama, M. (2021). *NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*. 8(2), 221–228.
- Brown, W. J. (2015). Examining Four Processes of Audience Involvement With Media Personae: Transportation, Parasocial Interaction, Identification, and Worship. *Communication Theory*, 25(3), 259–283. <https://doi.org/10.1111/comt.12053>
- Bungin, B. (2009). *Sosiologi Komunikasi:Teori, Paradigma, dan Diskursi Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana.
- Cardoso, L., & Castanho, M. (2021). a Cyberculture Study: *K-pop* and the New Media - Bts and Twitter. *European Journal of Social Sciences Studies*, 6(6), 1–11. <https://doi.org/10.46827/ejsss.v6i6.1127>
- Chibbaro, J. S. (2007). School Counselors and the Cyberbully: Interventions and Implications. *ASCA*, 11(1), 65–68.
- Dewi, D, P, K, S & Indrawati K, R. (2019). Gambaran *celebrity worship* pada penggemar *K-pop* usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, Vol.6, No.2, 291-300.
- Di, R., & Sosial, M. (2021). *NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*. 8(3), 314–320.
- Dimedia, C., Pada, S., Devia, V. M., & Pratama, M. (2021). *NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*. 8(3), 227–237.
- Dita, D., & Bagus, A. P. (2012). Pemujaan terhadap Idola Pop sebagai Dasar Intimate Relationship pada Dewasa Awal:sebuah studi kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian Dan Sosial*, 1(2), 53–60. [file:///C:/Users/User/Downloads/dita & bagus.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/dita%20%26%20bagus.pdf)
- Egsaugm. (2020). *Fenomena Korean Wave di Indonesia*. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>
- Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola *K-pop*.

- Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 59.  
<https://doi.org/10.21580/pjpp.v3i1.2442>
- Erickson, E. (1989). *Identitas dan Siklus Hidup Manusia*. Jakarta: Gramedia.
- Fauziah, N. (2016). *Cyberbullying Di Indonesia Analisis Kasus Rizky Firdaus Wicaksono Alias Uus. Makalah Non Seminar, Universitas Indonesia*.
- Fitri, W., & Putri, N. (2021). Kajian Hukum Islam Atas Perbuatan Perundungan (Bullying) Secara Online Di Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 9(1), 143-156.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffith, M, D. (2013). *Celebrity worship Syndrome A brief psychological overview*. In *Psychology Today*.  
<https://www.psychologytoday.com/us/blog/in-excess/201307/celebrity-worship-syndrome>
- Grover, Harviv. (2022). *BTS ARMY Census Result 2022*  
<https://www.btsarmycensus.com/2022-results>
- Hallyu (Korean Wave). (2020). In *Korean.net*.  
<https://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>
- Hanjani, V. P., Amirudin, A., & Purnomo, E. P. (2019). Korean Pop sebagai Identitas Subkultur iKONIC. *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 3(1), 72. <https://doi.org/10.14710/endogami.3.1.72-84>
- Hasfi, N., Usmand, S., & Santoso, H. P. (2017). Anonimitas di Media Sosial: Sarana Kebebasan Berekspresi atau Patologi Demokrasi?. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 28-38.
- Herawati, M.T. (2021). *Pandangan Bullying dari Sisi Psikologi dan Islam*. Kompasian.com.  
[https://www.kompasiana.com/maretha2001/60c80dc18ede485b2e076763/pandangan-bullying-dari-sisi-psikologis-dan-islam?page=2&page\\_images=1](https://www.kompasiana.com/maretha2001/60c80dc18ede485b2e076763/pandangan-bullying-dari-sisi-psikologis-dan-islam?page=2&page_images=1)
- Hilda, T. (2019). Tega Banget! 5 Artis Indonesia Ini Dibully Fans *K-pop* di Akun Instagram. In *Idntime*. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/hilda-t/5-artis-indonesia-ini-dibully-fans-K-pop-di-akun-instagram-c1c2/full>
- Hinduja, S., & Patchin, J. (2014). *Cyberbullying : Identification, Prevention, and Response*. *Cyberbullying Research Center, October*(October), 1–9.
- Ningsih, A.N. (2019). *HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS DENGAN CELEBRITY WORSHIP PADA REMAJA PENGGEMAR K-POP*. (Skripsi.).
- Jalal, N. M., Idris, M., & Muliana. (2020). Faktor-Faktor *Cyberbullying* Pada Remaja. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5(2), 146–154
- Hasniza, C.N., & Hj, A.R. (2013). Cyber bullying: a general Islamic outlook and response. *American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture*, 7, 256-261.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Gramedia.
- Hurlock, E. B. (2003). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.

- Ibadurrahma. (2021). *Hubungan Antara Celebrity worship Dengan Perilaku Cyberbullying Pada Penggemar Kpop Di Instagram* (pp. 1–13). <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/10310/>
- Jessica, V. (2018). "Cyberbullying" Lewat Instagram. In *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/vanessaheraj/5a902373cf01b42d726dbf93/cyberbullying-lewat-instagram>
- Jun, W. (2020). *A Study on the Cause Analysis of Cyberbullying in Korean Adolescents*.
- Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, 140(4), 1073–1137. <https://doi.org/10.1037/a0035618>
- Laffan, D. A., Stenson, A., & Flood, C. (2022). *The role of cyberbullying victimization in the relationship between adult BTS fans' psychological sense of community and wellbeing*. February. <https://doi.org/10.1002/jcop.22924>
- Lei, S., Shao, S., B, H. X., & Yuan, Y. (n.d.). *Status of Cyberbullying Among Chinese* (Vol. 3). Atlantis Press SARL. <https://doi.org/10.2991/978-2-494069-05-3>
- Lemeshow, S., Hosmer, D.W., Klar, J & Lwanga, S.K. (1997). Besar sampel dalam penelitian kesehatan. Jogjakarta: Gajamada university press.
- Luh, N., Delia, A., Ananta, A., Luh, N., Delia, A., & Ananta, A. (1945). *Hubungan Antara Celebrity worship Dengan Agresi Verbal Pada Komunitas Penggemar NCT Di Twitter*. 45, 1–10.
- Maltby, J., & Giles, D. (2008). *Toward the measurement and profiling of celebrity worship. Stalking, threatening, and attacking public figures: a psychological and behavioral analysis* (pp. 271–286).
- Maltby, J., & Day, L. (2011). *Celebrity worship* and incidence of elective cosmetic surgery: Evidence of a link among young adults. *Journal of Adolescent Health*, 49(5), 483–489. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.12.014>
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme *celebrity worship*, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of *celebrity worship* within a clinical personality context. *Personality and Individual Differences*, 40(2), 273–283. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.07.004>
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Martin, M. M., & Cayanus, J. L. (2004). *Celebrity worship*, cognitive flexibility, and social complexity. *Personality and Individual Differences*, 37(7), 1475–1482. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.02.004>
- Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with *celebrity worship*. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29. <https://doi.org/10.1097/00005053-200301000-00005>
- Maulana, Y. (2017). *Dua Fans di Indonesia Dikabarkan Mencoba Bunuh Diri*

- Usai Jonghyun Shinee Meninggal, Kisahnya Viral! Dua Fans di Indonesia Dikabarkan Mencoba Bunuh Diri Usai Jonghyun Shinee Meninggal, Kisahnya Viral!* <https://www.tribunnews.com/seleb/2017/12/20/dua-fans-di-indonesia-dikabarkan-mencoba-bunuh-diri-usai-jonghyun-shinee-meninggal-kisahnyaviral>
- Maulinda, R. S., & Suyatno, S. (2016). Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial (Instagram). *Jurnal Universitas Pamulang*, 4(3), 57-71.
- Mccutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of *celebrity worship* Illinois State Board of Education and Southern Illinois University School of Medicine ., *British Journal of Psychology*, 93, 67–87.
- Mota, S., Bottino, B., & Regina, C. G. (2015). *Cyberbullying and adolescent mental health : systematic review Cyberbullying e saúde mental dos adolescentes : revisão sistemática Acoso cibernético y la salud mental de los adolescentes : revisión sistemática*. 31(3), 463–475.
- Mukhlishtin, M. N. (2017). Cyberbullying perspektif Hukum Pidana Islam. *Al-Jinayah: Jurnal Hukum Pidana Islam*, 3(2), 370-402
- Nashaya, R., Nissa, F., & Hatta, I. (n.d.). *Hubungan Self-Esteem dengan Perilaku Cyberbullying pada Remaja Pengguna Media Sosial Twitter*. 167–173.
- Novianti, W. (2015). Kontribusi modeling terhadap identitas diri. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Universitas Pendidikan Indonesia*, 4(3), 1–11.
- Nugraheni, P. D. (n.d.). *T H E N E W F A C E O F C Y B E R B U L L Y I N G I N I N D O N E S I A : H O W C A N W E P R O V I D E J U S T I C E T O T H E V I C T I M S ?* <https://doi.org/10.15294/ijicle.v3i1.43153>
- Nurchayanti, D., Sachari, A., Destiarmand, A. H., & Sunarya, Y. Y. (2021). “Mbok Mase” dan “Mbok Semok”: Reinterpretasi Karakter Perempuan Jawa dalam Kultur Batik. *Panggung*, 31(3).
- Patchin, W, J.Hinduja, S. (2012). *School-Based Effort to Prevent Cyberbullying* (pp. 7–9).
- Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2011). Traditional and nontraditional bullying among youth: A test of general strain theory. *Youth and Society*, 43(2), 727–751. <https://doi.org/10.1177/0044118X10366951>
- Rachmad Rinata, A., Indra Dewi, S., Studi Ilmu Komunikasi Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang, P., & Studi Ilmu Komunikasi Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang Jl Telaga Warna Blok, P. (2019). FANATISME PENGGEMAR KPOP DALAM BERMEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 8, Issue 2).
- Rafferty, R., & Vander Ven, T. (2014). “I Hate Everything About You”: A Qualitative Examination of *Cyberbullying* and On-Line Aggression in a College Sample. *Deviant Behavior*, 35(5), 364–377. <https://doi.org/10.1080/01639625.2013.849171>
- Rinaldi, M. R. (2022). *CYBERBULLYING PADA PENGGEMAR K-POP*. August 2020.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish

- Saifuddin, A. (2019). *Penelitian Eksperimen Dalam Psikologi* (1st ed). Jakarta: Prenda Media Group (Devisi Kencana).
- Saifuddin, A. (2020). *Penyusunan Skala Psikologi (Pertama)*. Jakarta: Prenda Media Group (Devisi Kencana).
- Santrock, J. . (2002). *Adolescence: Perkembangan Remaja* (6th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Scale, C. A. (2011). *Celebrity worship: Critiquing a Construct*. *Journal of Applied Social Psychology*, 2002, 1356–1370.
- September, N. (2020). ( *Jurnal Keperawatan Jiwa* ) *ANALISIS HUBUNGAN ANTARA INTERNET ADDICTION DAN SELF EFFICACY DENGAN PERILAKU CYBERBULLYING REMAJA: STUDI ( ANALYSIS RELATIONSHIP BETWEEN INTERNET ADDICTION AND SELF EFFICACY WITH*. 2(2).
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). *Celebrity worship, addiction and criminality*. *Psychology, Crime and Law*, 13(6), 559–571. <https://doi.org/10.1080/10683160601160653>
- Slonje, R., Smith, P. K., & Frisén, A. (2013). The nature of *cyberbullying*, and strategies for prevention. *Computers in Human Behavior*, 29(1), 26–32. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.024>
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). *Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils*. *Journal of Child Psychology and Psychiatry and Allied Disciplines*, 49(4), 376–385. <https://doi.org/10.1111/j.1469-7610.2007.01846.x>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tokunaga, R. S. (2010). Following you home from school: A critical review and synthesis of research on *cyberbullying* victimization. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 277–287. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.11.014>
- Vinney, C. (2022). What is *Celebrity worship*?. In *Verywellmind*. <https://www.verywellmind.com/what-is-celebrity-worship-5219745>
- Risyana,D. (2019). Hubungan anatra Regulasi Emosi dan Perilaku *Cyberbullying* pada Remaja ,(Skripsi).
- Werang, B. R. (2015). *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial* (1st ed). Calpulis.
- Widjaja, A. K., & Ali, M. M. (2015). Gambaran *Celebrity worship* pada Dewasa Awal di Jakarta. *Humaniora*, 6(1), 21. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i1.3294>
- Willard, N. (2007). Educator ' s Guide to *Cyberbullying* and Cyberthreats. *Online*, 1–16.
- Zsila, Á., McCutcheon, L. E., & Demetrovics, Z. (2018). The association of *celebrity worship* with problematic Internet use, maladaptive daydreaming, and desire for fame. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(3), 654–664. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.76>



# LAMPIRAN

**Lampiran 1.** Studi Pendahuluan***Preliminary Study*** Skripsi***Informed Consent***

Dengan ini saya menyatakan kesediaan saya tanpa adanya paksaan sebagai partisipan dalam penelitian

**Identitas Diri**

Nama/Inisial :

Usia :

Email/ No.Hp :

Domisili :

**Petunjuk Pengisian**

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan keadaan saudara

**Angket tertutup**

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Apakah anda pernah melakukan fanwar (minimal sekali)		
2	Saya pernah memberikan komentar dengan menggunakan kata yang kasar, sebagai upaya membela idola saya ketika dihina		
3	Bentuk komentar negatif seperti apa yang pernah anda lakukan		
4	Menurut saya, penggemar yang tidak mendukung segala hal yang dilakukan member BTS patut dikeluarkan dari grup ARMY		
5	Saya mengikuti akun orang yang menghina BTS untuk memberikan komentar negetaif atau melakukan report akun		
6	Saya memahami apa itu <i>cyberbullying</i>		
7	Mencari berita/ informasi terbaru mengenai BTS adalah yang menyenangkan		
8	Mendiskusikan BTS dengan orang lain, yangn juga menggemarinya, adalah hal yang menyenangkan		
9	Saya senang mempelajari tentang kisah hidup member BTS		
10	Saya pernah berpikir bahwa member BTS hampir sempurna dalam segala hal		
11	Saya ikut merasa sedih, ketika member BTS terpuruk (sedih)		
12	Menurut saya akan menyenangkan, apabila saya dan member BTS terjebak dalam yang sama		
13	Saya merasa memiliki hubungan dengan member BTS, yang tidak bisa dijelaskan dengan kata-kata		

## Lampiran 2. Expert Judgement Cyberbullying Ke-2

Aspek	Indikator	Reter			lo1	lo2	lo3	S	Aiken V	Ket
		1	2	3						
<i>Flaming</i>	Indikator 1	5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
<i>Harassment</i>	Indikator 1	5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
		4	5	5	3	4	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
<i>Denigration</i>	Indikator 1	5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		4	5	5	3	4	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
<i>Impersonation</i>	Indikator 1	5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
<i>Outing &amp; Trickery</i>	Indikator 1	5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		4	5	5	3	4	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		4	5	5	3	4	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
<i>Exclusion</i>	Indikator 1	5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		4	5	5	3	4	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
<i>Cyberstalking</i>	Indikator 1	5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid

Lampiran 3. Expert Judgemen Celebrity worship Ke-2

Aspek	Indikator	Reter			lo1	lo2	lo3	S	Aiken V	Ket
		1	2	3						
<b>Celebrity worship</b>										
<i>Entertainment Social</i>	Indikator 1	5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		4	5	5	3	4	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		4	5	5	3	4	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
<i>Intense Personal</i>	Indikator 1	4	5	5	3	4	4	11	0,916666667	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		4	5	5	3	4	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
<i>Borderline Pathological</i>	Indikator 1	4	5	5	3	4	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		4	5	5	3	4	4	11	0,916666667	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,916666667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,916666667	Valid

**Lampiran 4. Skala Try Out**

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh, Salam sejahtera bagi kita semua, Syalom, Oom Swastiastu, Namu Buddhaya, Wei De Dong Tian, Salam kebajikan.

Perkenalan Saya CiciTria Pinarsih mahasiswi Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Program Studi Psikologi. Pada kesempatan kali ini saya meminta kesedian saudara untuk mengisi kuisiener skala uji coba guna menunjang data penelitian skripsi saya, dengan kriteria responden sebagai berikut:

1. Remaja perempuan usia 12-21 tahun
2. Penggemar BTS/ ARMY (mengikuti lebih dari 2 akun sosial media BTS)
3. Berdomisili di Luar Solo Raya
4. Mengikuti kegiatan BTS dalam 1 tahun terakhir

Dengan itu saya memohon bantuan saudara untuk berpartisipasi dalam pengisian kuisiener ini. Pengisian kuisiener ini membutuhkan waktu sekitar 5-7 menit.

Tidak ada jawaban benar salah dalam kuisiener ini. Untuk itu anda diminta untuk menjawab sesuai dengan keadaan diri anda saat ini

Pengambilan data ini dilakukan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Selan itu saya memiliki kewajiban etika akademik untuk menjaga kerahasiaan identitas saudara.

Partisipasi saudara dalam penelitian ini bersifat terikat, oleh karenanya saudara boleh menyatakan ketidak setujuan sebelum melanjutkan sesi selanjutnya

Bacalah petunjuk sebelum melanjutkan pengisian kuisiener, dan periksa kembali jawaban sebelum melakukan submit/ kirim.

Demikian,  
Terima Kasih

Cicitria Pinarsih

## Try Out Skala

### *Informed Consent*

Dengan ini saya menyatakan kesediaan saya tanpa adanya paksaan sebagai partisipan dalam penelitian

### **Identitas Diri**

Nama/Inisial :  
Usia :  
Kabupaten/ Kota :

## SKALA A

No	Pernyataan	STS	TS	AS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saat saya tidak suka pada seseorang, saya mengirim pesan berisi kata-kata amarah					
2	Saya berani menghina seseorang secara terang-terangan di sosial media saat orang tersebut menghina BTS					
3	Saat terjadi <i>fanwar</i> saya sengaja mengkompori orang-orang yang sedang berdebat di sosial media					
7	Saya menghindari berkata kasar di sosial media					
8	Saya memanfaatkan sosial media untuk mengirim kata-kata semangat					
4	Ketika tidak menyukai seseorang saya sengaja mengirimkan pesan ancaman kepada orang lain secara berulang kali					
5	Saya sengaja memposting kata sindiran melalui akun sosial media					
6	Saya sengaja berkata kasar kepada orang yang berkomentar buruk tentang BTS					
12	Saa terjadi <i>fanwar</i> saya menghindari untuk menyebarkan pesan berisi ancaman di sosial media					
13	Saya menghindari melontarkan pesan kebencian di sosial media Saat seseorang menghina BTS					
14	Saat terjadi <i>fanwar</i> , Saya menghindari berkomentar kasar di sosial media					
9	Saat seseorang menghina BTS, Saya sengaja memposting berita bohong untuk merusak nama baik					

	orang tersebut di sosial media					
<b>10</b>	Saya sengaja memposting foto-foto aib seseorang di sosial media					
<b>11</b>	Saya sengaja ikut menyebarkan berita di jejaring sosial yang belum diketahui kebenarannya					
<b>18</b>	Saya menghindari menyebarkan berita bohong (hoax)					
<b>19</b>	Saya menghindari untuk membuat berita hoax di jejaring sosial					
<b>20</b>	Saya menghindari menyebarkan foto-foto aib seseorang di jejaring sosial					
<b>15</b>	Saat saya tidak suka seseorang, Saya sengaja menggunakan akun palsu untuk menyebarkan keburukan seseorang di sosial media					
<b>16</b>	Saya menggunakan nama orang lain dan mengunggah hal-hal buruk, agar orang tersebut terlihat buruk					
<b>17</b>	Saya sengaja membajak akun orang lain untuk mempermalukannya di sosial media					
<b>24</b>	Saat saya tidak suka seseorang, Saya tidak pernah membajak akun orang tersebut					
<b>25</b>	Saya menghindari menggunakan akun milik orang lain					
<b>21</b>	Saya sengaja mengumpulkan foto-foto aib orang lain dan menyebarkannya di sosial media					
<b>22</b>	Saya sengaja mengumpulkan informasi pribadi orang lain dan menyebarkannya di jejaring sosial					
<b>23</b>	Saya sengaja men-capture isi percakapan berisi aib seseorang dan menyebarkannya di jejaring sosial					
<b>28</b>	Saya menghindari untuk					



	menyebarkan keburukan seseorang di jejaring sosial					
29	Saya menghindari untuk menyebarkan aib seseorang di jejaring sosial					
30	Saya tidak pernah menipu orang lain untuk mendapatk informasi yang bersifat rahasia					
26	Saya sengaja mengucilkan orang yang saya benci dari grup chatting					
27	Saya sengaja memanggil orang yang saya benci dengan julukan aneh di grup chatting					
33	Saya sengaja memanggil orang yang saya benci dengan julukan aneh melalui akun sosial media					
34	Saya menghindari memanggil dengan julukan aneh kepada orang yang dibenci di sosial media					
35	Saya tidak pernah mengelurakan orang lain dari grup chatting					
31	Saya sengaja menguntit (stalking) akun seseorang secara intens untuk menimbulkan ketakutan pada orang tersebut					
32	Saya sengaja menguntit (stalking) akun seseorang untuk mengumpulkan informasi yang digunakan untuk bahan ejekan di sosial media					

**Skala B**

No	Pernyataan					
		STS	TS	AS	S	SS
		1	2	3	4	5
2	Alasan saya menyukai BTS karena bisa membuat saya lupa sementara akan masalah hidup yang ada					
5	Saya menghabiskan banyak waktu untuk mencari tahu berita paling baru dari BTS					
13	Saya mengetahui semua latar belakang kehidupan personil BTS					
15	Saya selalu meluangkan waktu untuk membicarakan BTS dengan sesama penggemar lainnya					
16	Mengikuti informasi tentang BTS adalah kegiatan yang sangat menyenangkan					
17	Mengikuti informasi tentang BTS adalah kegiatan yang membuat saya merasakan senang					
18	Saya menyukai waktu yang saya gunakan untuk menonton, membaca, atau mendengarkan tentang BTS					
19	Mendalami kisah hidup BTS adalah hal yang menyenangkan					
21	Saya dan teman saya suka mendiskusikan tentang berbagai rutinitas yang dilakukan BTS					
26	Saya sering merasa terdorong untuk memahami kebiasaan pribadi member BTS					
20	Saya suka menonton dan mendengarkan tentang BTS saat di pertemuan umum					
31	Mengonsumsi berita tentang BTS merupakan istirahat yang menyenangkan ditengah pekerjaan yang keras					
36	Saya merasa terhibur dengan tingkah laku personil BTS					

1	Jika personil BTS melihat saya, pasti ia akan tahu kalau saya penggemarnya.					
3	BTS bagi saya sangat sempurna dari segi Apapun					
6	Ketika suatu hal yang buruk menimpa BTS ,saya merasa hal tersebut terjadi juga pada saya					
7	Ketika BTS gagal atau kalah dalam suatu hal, saya merasa itu adalah kegagalan saya saya					
8	Kesuksesan BTS adalah kesuksesan saya Juga					
9	Saya memikirkan BTS sebagai belahan jiwa saya					
11	Saya pasti membeli barang-barang pribadi milik personil BTS					
12	Ketika suatu yang baik datang kepada BTS saya merasa itu juga terjadi kepada saya					
14	Saya selalu menyimpan foto atau barang yang berhubungan dengan BTS di tempat yang sama.					
27	BTS dengan cepat akan menolong saya ketika saya membutuhkan bantuan.					
28	Saya dan BTS memiliki kode rahasia tertentu untuk berkomunikasi (misalnya seperti di tv atau kata-kata special di radio)					
34	Jika BTS melihat saya di restoran, maka dia akan mempersilakan saya untuk duduk bersama dan berbincang.					
35	Saya memiliki semua barang yang berhubungan dengan BTS					
37	Sayas selalu memahami kesedihan yang dialami BTS					
38	Saya merasa harus memiliki barang yang dimiliki personil BTS					
4	Saya dan BTS memiliki hubungan spesial khusus yang sulit dijelaskan dengan kata-kata.					

23	Saya akan melakukan hal yang ilegal jika BTS menyuruhnya.					
24	Jika saya pergi menuju tempat tinggal BTS tanpa undangan darinya, maka dia akan senang melihat saya.					
25	Saya sering memikirkan BTS meskipun saya sedang tidak ingin memikirkannya					
30	Saya akan mencoba obat yang diiklankan BTS meskipun itu mungkin tidak aman					
33	Ketika saya dan BTS terkunci beberapa hari dalam suatu ruangan itu adalah hal yang bagus					
10	Saya rela melakukan kejahatan kepada orang yang sudah menghina BTS					
22	Saya akan melakukan apapun untuk membuat BTS tertarik pada saya.					
32	Ketika BTS menemukan saya duduk di dalam mobilnya, maka dia akan merasa terganggu					
29	Jika BTS dituduh melakukan kejahatan, maka itu semua adalah salah					

**Lampiran 5. Skala Penelitian**

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh, Salam sejahtera bagi kita semua, Syalom, Oom Swastiastu, Namu Buddhaya, Salam kebajikan.

Perkenalan Saya CiciTria Pinarsih mahasiswi Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Program Studi Psikologi Islam. Pada kesempatan kali ini saya meminta kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner skala penelitian guna menunjang data penelitian skripsi saya, dengan kriteria responden sebagai berikut:

1. Remaja perempuan usia 12-21 tahun
2. Penggemar BTS/ ARMY (mengikuti lebih dari 2 akun sosial media BTS)
3. Berdomisili di Solo Raya
4. Mengikuti kegiatan BTS dalam 1 tahun terakhir

Dengan itu saya memohon bantuan saudara untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini. Pengisian kuesioner ini membutuhkan waktu sekitar 5-7 menit.

Tidak ada jawaban benar salah dalam kuesioner ini. Untuk itu anda diminta untuk menjawab sesuai dengan keadaan diri anda saat ini

Pengambilan data ini dilakukan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Selain itu saya memiliki kewajiban etika akademik untuk menjaga kerahasiaan identitas saudara.

Partisipasi saudara dalam penelitian ini bersifat terikat, oleh karenanya saudara boleh menyatakan ketidaksetujuan sebelum melanjutkan sesi selanjutnya. Bacalah petunjuk sebelum melanjutkan pengisian kuesioner, dan periksa kembali jawaban sebelum melakukan submit/ kirim.

Demikian,  
Terima Kasih

Cicitria Pinarsih

## Skala Penelitian

### *Informed Consent*

Dengan ini saya menyatakan kesediaan saya tanpa adanya paksaan sebagai partisipan dalam penelitian

### **Identitas Diri**

Nama/Inisial :  
Usia :  
Domisili :  
Sosial media BTS yang diikuti:  
Lama menjadi ARMY :

### SKALA A

1. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan keadaan saudara
2. Terdapat 5 alternatif jawaban dengan keterangan sebagai berikut

skala 5 : Sangat sesuai

skala 4 : Sesuai

skala 3 : Netral

skala 2 : Tidak sesuai

skala 1 : Sangat tidak sesuai

No	Pernyataan	STS	TS	AS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saat saya tidak suka pada seseorang, saya mengirim pesan berisi kata-kata amarah					
2	Saya berani menghina seseorang secara terang-terangan di sosial media saat orang tersebut menghina BTS					
3	Saat terjadi <i>fanwar</i> saya sengaja mengkompori orang-orang yang sedang berdebat di sosial media					
8	Saya memanfaatkan sosial media untuk mengirim kata-kata semangat					
4	Ketika tidak menyukai seseorang saya sengaja mengirimkan pesan ancaman kepada orang lain secara berulang kali					
5	Saya sengaja memposting kata sindiran melalui akun sosial media					
6	Saya sengaja berkata kasar kepada orang yang berkomentar buruk tentang BTS					
12	Saa terjadi <i>fanwar</i> saya menghindari untuk menyebarkan pesan berisi ancaman di sosial					

	media					
<b>13</b>	Saya menghindari melontarkan pesan kebencian di sosial media Saat seseorang menghina BTS					
<b>14</b>	Saat terjadi <i>fanwar</i> , Saya menghindari berkomentar kasar di sosial media					
<b>9</b>	Saat seseorang menghina BTS, Saya sengaja memposting berita bohong untuk merusak nama baik orang tersebut di sosial media					
<b>10</b>	Saya sengaja memposting foto-foto aib seseorang di sosial media					
<b>11</b>	Saya sengaja ikut menyebarkan berita di jejaring sosial yang belum diketahui kebenarannya					
<b>18</b>	Saya menghindari menyebarkan berita bohong (hoax)					
<b>19</b>	Saya menghindari untuk membuat berita hoax di jejaring sosial					
<b>20</b>	Saya menghindari menyebarkan foto-foto aib seseorang di jejaring sosial					
<b>15</b>	Saat saya tidak suka seseorang, Saya sengaja menggunakan akun palsu untuk menyebarkan keburukan seseorang di sosial media					
<b>16</b>	Saya menggunakan nama orang lain dan mengunggah hal-hal buruk, agar orang tersebut terlihat buruk					
<b>17</b>	Saya sengaja membajak akun orang lain untuk mempermalukannya di sosial media					
<b>24</b>	Saat saya tidak suka seseorang, Saya tidak pernah membajak akun orang tersebut					
<b>25</b>	Saya menghindari menggunakan akun milik orang lain					



21	Saya sengaja mengumpulkan foto-foto aib orang lain dan menyebarkannya di sosial media					
22	Saya sengaja mengumpulkan informasi pribadi orang lain dan menyebarkannya di jejaring sosial					
23	Saya sengaja men-capture isi percakapan berisi aib seseorang dan menyebarkannya di jejaring sosial					
28	Saya menghindari untuk menyebarkan keburukan seseorang di jejaring sosial					
29	Saya menghindari untuk menyebarkan aib seseorang di jejaring sosial					
30	Saya tidak pernah menipu orang lain untuk mendapatkan informasi yang bersifat rahasia					
26	Saya sengaja mengucilkan orang yang saya benci dari grup chatting					
27	Saya sengaja memanggil orang yang saya benci dengan julukan aneh di grup chatting					
34	Saya menghindari memanggil dengan julukan aneh kepada orang yang dibenci di sosial media					
35	Saya tidak pernah mengelurakan orang lain dari grup chatting					
31	Saya sengaja menguntit (stalking) akun seseorang secara intens untuk menimbulkan ketakutan pada orang tersebut					
32	Saya sengaja menguntit (stalking) akun seseorang untuk mengumpulkan informasi yang digunakan untuk bahan ejekan di sosial media					

### SKALA B

1. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan keadaan saudara
2. Terdapat 5 alternatif jawaban dengan keterangan sebagai berikut

skala 5 : Sangat sesuai

skala 4 : Sesuai

skala 3 : Netral

skala 2 : Tidak sesuai

skala 1 : Sangat tidak sesuai

No	Pernyataan					
		STR	TR	AR	R	SR
		1	2	3	4	5
2	Alasan saya menyukai BTS karena bisa membuat saya lupa sementara akan masalah hidup yang ada					
5	Saya menghabiskan banyak waktu untuk mencari tahu berita paling baru dari BTS					
13	Saya mengetahui semua latar belakang kehidupan personil BTS					
15	Saya selalu meluangkan waktu untuk membicarakan BTS dengan sesama penggemar lainnya					
16	Mengikuti informasi tentang BTS adalah kegiatan yang sangat menyenangkan					
17	Mengikuti informasi tentang BTS adalah kegiatan yang membuat saya merasakan senang					
18	Saya menyukai waktu yang saya gunakan untuk menonton, membaca, atau mendengarkan tentang BTS					
19	Mendalami kisah hidup BTS adalah hal yang menyenangkan					

21	Saya dan teman saya suka mendiskusikan tentang berbagai rutinitas yang dilakukan BTS					
26	Saya sering merasa terdorong untuk memahami kebiasaan pribadi member BTS					
20	Saya suka menonton dan mendengarkan tentang BTS saat di pertemuan umum					
31	Mengonsumsi berita tentang BTS merupakan istirahat yang menyenangkan ditengah pekerjaan yang keras					
36	Saya merasa terhibur dengan tingkah laku personil BTS					
1	Jika personil BTS melihat saya, pasti ia akan tahu kalau saya penggemarnya.					
3	BTS bagi saya sangat sempurna dari segi Apapun					
6	Ketika suatu hal yang buruk menimpa BTS ,saya merasa hal tersebut terjadi juga pada saya					
7	Ketika BTS gagal atau kalah dalam suatu hal, saya merasa itu adalah kegagalan saya saya					
8	Kesuksesan BTS adalah kesuksesan saya Juga					
9	Saya memikirkan BTS sebagai belahan jiwa saya					
11	Saya pasti membeli barang-barang pribadi milik personil BTS					
12	Ketika suatu yang baik datang kepada BTS saya merasa itu juga terjadi kepada saya					
14	Saya selalu menyimpan foto atau barang yang berhubungan dengan BTS di tempat yang sama.					

27	BTS dengan cepat akan menolong saya ketika saya membutuhkan bantuan.					
28	Saya dan BTS memiliki kode rahasia tertentu untuk berkomunikasi (misalnya seperti di tv atau kata-kata special di radio)					
34	Jika BTS melihat saya di restoran, maka dia akan mempersilakan saya untuk duduk bersama dan berbincang.					
35	Saya memiliki semua barang yang berhubungan dengan BTS					
37	Saya selalu memahami kesedihan yang dialami BTS					
38	Saya merasa harus memiliki barang yang dimiliki personil BTS					
4	Saya dan BTS memiliki hubungan spesial khusus yang sulit dijelaskan dengan kata-kata.					
23	Saya akan melakukan hal yang ilegal jika BTS menyuruhnya.					
24	Jika saya pergi menuju tempat tinggal BTS tanpa undangan darinya, maka dia akan senang melihat saya.					
25	Saya sering memikirkan BTS meskipun saya sedang tidak ingin memikirkannya					
30	Saya akan mencoba obat yang diiklankan BTS meskipun itu mungkin tidak aman					
33	Ketika saya dan BTS terkunci beberapa hari dalam suatu ruangan itu adalah hal yang bagus					
10	Saya rela melakukan kejahatan kepada orang yang sudah menghina BTS					
22	Saya akan melakukan apapun untuk membuat BTS tertarik pada saya.					
29	Jika BTS dituduh melakukan kejahatan, maka itu semua adalah salah					

## Lampiran 6. Lembar *Expert Judgement*

### LEMBAR EXPERT JUDGEMENT SKALA PSIKOLOGI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Munazilah, M.Psi., Psikolog  
 Pekerjaan : Psikolog Klinis  
 Instansi : Biro Psikologi Dinamis  
 No. Telepon : +62 896-8716-4716

Bersedia untuk menjadi penilai skala psikologi dan menyatakan bahwa kualitas skala psikologi tersebut yang terlampir layak untuk dipergunakan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh :

Nama : CiciTria Pinarsih  
 Status : Mahasiswi Psikologi Islam  
 Instansi : UIN Raden Mas Said Surakarta

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 21 Mei 2023



Munazilah, M.Psi., Psikolog

### LEMBAR EXPERT JUDGEMENT SKALA PSIKOLOGI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ranisa Kautsar Tristi, M.Psi, Psikolog  
 Pekerjaan : Psikolog Klinis  
 Instansi : Biro Psikologi Dinamis  
 No. Telepon : 0896 8716 4716

Bersedia untuk menjadi penilai skala psikologi dan menyatakan bahwa kualitas skala psikologi tersebut yang terlampir layak untuk dipergunakan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh :

Nama : CiciTria Pinarsih  
 Status : Mahasiswi Psikologi Islam  
 Instansi : UIN Raden Mas Said Surakarta

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sleman, 22 Mei 2023

Yang Menyatakan



Ranisa Kautsar Tristi, M.Psi, Psikolog

**LEMBAR EXPERT JUDGEMENT SKALA PSIKOLOGI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sekar Mahaning Rarasati, M.Psi., Psikolog

Pekerjaan : Psikolog

Instansi : Biro Psikologi Dinamis

No. Telepon : 08562652453

Bersedia untuk menjadi penilai skala psikologi dan menyatakan bahwa kualitas skala psikologi tersebut yang terlampir layak untuk dipergunakan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh:

Nama : CiciTria Pinarsih

Status : Mahasiswa Psikologi Islam

Instansi : UIN Raden Mas Said Surakarta

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 21 Mei 2023

Yang menyatakan,



Sekar Mahaning R., M.Psi., Psikolog

**Lampiran 7.** Reliabilitas dan Daya Beda Aitem *Cyberbullying***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.976	34

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
cyb_1	67.3667	971.016	.477	.976
cyb_2	67.7667	953.402	.725	.975
cyb_3	68.2000	952.841	.845	.975
cyb_4	68.3167	964.423	.653	.975
cyb_5	67.5333	959.168	.554	.976
cyb_6	67.8667	941.168	.824	.974
cyb_7	67.2000	983.858	.272	.977
cyb_8	68.1667	970.887	.662	.975
cyb_9	68.4333	950.758	.889	.974
cyb_10	68.1500	943.960	.830	.974
cyb_11	68.1667	940.379	.895	.974
cyb_12	67.7167	952.647	.593	.976
cyb_13	67.8167	948.084	.796	.975
cyb_14	67.8333	947.972	.821	.975
cyb_15	68.2833	943.596	.785	.975
cyb_16	68.4667	951.575	.873	.974
cyb_17	68.3333	942.599	.946	.974
cyb_18	67.7500	949.614	.669	.975
cyb_19	68.1333	939.507	.875	.974
cyb_20	67.9500	945.438	.840	.974
cyb_21	67.9333	929.690	.844	.974
cyb_22	68.1333	932.219	.905	.974
cyb_23	68.1667	935.260	.877	.974
cyb_24	68.2667	957.419	.736	.975
cyb_25	68.0833	943.366	.855	.974
cyb_26	68.0167	948.254	.808	.975
cyb_27	67.9667	946.134	.724	.975
cyb_28	68.0000	968.441	.511	.976
cyb_29	67.9000	944.566	.861	.974
cyb_30	68.2667	965.284	.609	.975
cyb_31	68.0833	944.349	.763	.975
cyb_32	68.0167	944.525	.732	.975

cyb_34	67.6000	948.380	.632	.976
cyb_35	67.7667	980.656	.334	.977

**Lampiran 8.** Reliabilitas dan Daya Beda Aitem *Celebrity worship*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.971	37

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
cw_1	115.0500	861.167	.671	.970
cw_2	114.2000	875.553	.657	.970
cw_3	114.5000	863.814	.741	.969
cw_4	114.7667	873.911	.603	.970
cw_5	114.9000	878.125	.652	.970
cw_6	115.1167	877.868	.507	.971
cw_7	115.7333	867.080	.627	.970
cw_8	115.0167	853.542	.802	.969
cw_9	115.4833	857.440	.764	.969
cw_10	116.8500	879.757	.551	.970
cw_11	115.5667	858.555	.776	.969
cw_12	114.5000	868.390	.732	.970
cw_13	114.9667	867.084	.724	.970
cw_14	114.5833	862.484	.784	.969
cw_15	114.5833	862.823	.813	.969
cw_16	114.1833	877.440	.657	.970
cw_17	114.2167	879.969	.632	.970
cw_18	114.2167	872.478	.702	.970
cw_19	114.5167	863.847	.718	.970
cw_20	114.7167	863.393	.679	.970
cw_21	114.6500	861.452	.777	.969
cw_22	116.0333	856.440	.673	.970
cw_23	116.7833	874.783	.589	.970
cw_24	116.8000	875.010	.585	.970



cw_25	115.3333	853.853	.767	.969
cw_26	114.9167	864.349	.716	.970
cw_27	115.6833	856.762	.750	.969
cw_28	115.4833	853.237	.750	.969
cw_29	116.0333	872.541	.551	.970
cw_30	116.8000	884.129	.498	.970
cw_31	114.3833	867.122	.733	.969
cw_33	115.9667	867.829	.634	.970
cw_34	115.8333	867.362	.664	.970
cw_35	115.3833	865.054	.635	.970
cw_36	113.9500	885.167	.496	.970
cw_37	115.0000	863.864	.735	.969
cw_38	115.7000	865.705	.736	.969

**Lampiran 9.** Hasil Uji Normalitas Variabel *Cyberbullying***One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		<i>Cyberbullying</i>
N		88
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	53.7841
	Std. Deviation	13.03263
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.055
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.

**Lampiran 10.** Hasil Uji Normalitas Variabel *Celebrity worship***One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		<i>Celebrity_Worship</i>
N		88
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	121.6364
	Std. Deviation	19.36354
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.039
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. This is a lower bound of the true significance.

## Lampiran 11 Exepert Judgement Celebrity worship Ke-1

Aspek	Indikator	Reter			lo1	lo2	lo3	S	Aiken V	Ket
		1	2	3						
<i>Celebrity worship</i>										
<i>Entertainment Social</i>	Indikator 1	5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		4	5	5	3	4	4	11	0,91667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,91667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		4	5	3	3	4	2	9	0,75	Tidak valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		4	5	5	3	4	4	11	0,91667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,91667	Valid
<i>Intense Personal</i>	Indikator 1	4	5	5	3	4	4	11	0,91667	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,91667	Valid
		5	4	3	4	3	2	9	0,75	Tidak valid
		5	4	3	4	3	2	9	0,75	Tidak valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
		4	5	5	3	4	4	11	0,91667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,91667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		4	5	3	3	4	2	9	0,75	Tidak valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,91667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
<i>Borderline Pathological</i>	Indikator 1	4	5	5	3	4	4	11	0,91667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
		5	4	3	4	3	2	9	0,75	Tidak valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,91667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	5	3	4	4	2	10	0,83333	Tidak valid
		5	4	3	4	3	2	9	0,75	Tidak valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid

Lampiran 12 Expert Judgement Cyberbullying Ke-1

Aspek	Indikator	Reter			lo1	lo2	lo3	S	Aiken V	Ket
		1	2	3						
<i>Flaming</i>	Indikator 1	5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	4	4	4	3	3	10	0,83333	Tidak Valid
		5	4	4	4	3	3	10	0,83333	Tidak Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,91667	Valid
<i>Harassment</i>	Indikator 1	5	4	5	4	3	4	11	0,91667	Valid
		4	5	5	3	4	4	11	0,91667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
		4	4	4	3	3	3	9	0,75	Tidak Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,91667	Valid
	5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid	
<i>Denigration</i>	Indikator 1	5	4	5	4	3	4	11	0,91667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
		5	5	3	4	4	2	10	0,83333	Tidak Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
	4	5	5	3	4	4	11	0,91667	Valid	
<i>Impersonation</i>	Indikator 1	5	4	5	4	3	4	11	0,91667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
		5	4	5	4	3	4	11	0,91667	Valid
		5	5	3	4	4	2	10	0,83333	Tidak Valid
<i>Outing &amp; Trickery</i>	Indikator 1	5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	4	3	4	3	2	9	0,75	Tidak Valid
		5	4	3	4	3	2	9	0,75	Tidak Valid
		5	4	4	4	3	3	10	0,83333	Tidak Valid
		5	5	4	4	4	3	11	0,91667	Valid
	5	5	5	4	4	4	12	1	Valid	
<i>Exclusion</i>	Indikator 1	4	5	5	3	4	4	11	0,91667	Valid
		5	5	3	4	4	2	10	0,83333	Tidak Valid
		4	5	5	3	4	4	11	0,91667	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid
<i>Cyberstalking</i>	Indikator 1	5	4	3	4	3	2	9	0,75	Tidak Valid
		5	5	5	4	4	4	12	1	Valid

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

Nama Lengkap : CiciTria Pinarsih  
Tempat, Tanggal Lahir : Wonogiri, 28 Juni 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Panderejo Rt 01/06, Pandeyan, Jatisrono,  
Wonogiri  
No. Hp : 0895363302177  
e-mail : [cicitria2801@gmail.com](mailto:cicitria2801@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

TK : TK Al- Amanah  
SD : SD N 1 Pandeyan  
SMP : SMP N 2 Jatisrono  
SMA : SMA N 1 Jatisrono  
Perguruan Tinggi : UIN Raden Mas Said Surakarta