

**PENGARUH *CELEBRITY WORSHIP* TERHADAP
PERILAKU AGRESI VERBAL DALAM BERMEDIA
SOSIAL PADA PENGGEMAR *KOREAN POP (K-POP)*
BOYBAND NEO CULTURE TECHNOLOGY (NCT)
DI INDONESIA**

Marcela E. Pangkerego

Program Studi Psikologi Universitas Negeri Manado
Email : marcellaangelina16@gmail.com

Melkian Naharia

Program Studi Psikologi Universitas Negeri Manado
Email : melkiannaharia@unima.ac.id

Jofie H. Mandang

Program Studi Psikologi Universitas Negeri Manado
Email : jofiemandang@unima.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Celebrity Worship terhadap Agresi Verbal dalam Bermedia Sosial pada Penggemar Korean Pop (K-Pop) Boyband Neo Culture Technology (NCT) di Indonesia. Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan berjumlah 96 orang. Hasil penelitian menunjukkan Celebrity Worship berpengaruh secara signifikan dan linear terhadap Agresi Verbal. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil analisis Uji T yang menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) serta hasil regresi linear sederhana menunjukkan angka koefisien 0,811 dengan nilai positif.

Kata Kunci: *Celebrity Worship*, Agresi Verbal, Penggemar K-Pop, NCTZen.

Abstract: *This study aims to determine the effect of Celebrity Worship on Verbal Aggression in Social Media on Fans of Korean Pop (K-Pop) Boyband Neo Culture Technology (NCT) in Indonesia. The type of research used is quantitative research. The sample used amounted to 96 people. The results showed Celebrity Worship had a significant and linear effect on Verbal Aggression. This can be proven based on the results of the T test analysis which shows a significance value of 0.000 ($p < 0.05$) and the simple linear regression results show a coefficient number of 0.811 with a positive value.*

Keywords: *Celebrity Worship, Verbal Aggression, Fans of K-Pop, NCTZen.*

PENDAHULUAN

Korean Pop atau kerap disebut K-Pop adalah genre musik atau lagu yang berbahasa Korea. Popularitas dari jenis musik ini tidak dapat diragukan lagi, terbukti dari banyaknya penggemar K-Pop yang tidak bisa dihitung jumlahnya. Perkembangan K-Pop ini tidak terlepas dari yang namanya media sosial. Internet terutama media sosial menjadi sarana penyebaran Korean Pop yang cepat dan efektif (Putri, Liany & Nuraeni, 2020). Banyak penggemar K-Pop yang mengidolakan artis K-Pop tetapi belum bertemu langsung dengan artis K-Pop tersebut. Hal ini membuktikan bahwa internet sarana utama seseorang menjadi penggemar, termasuk penggemar K-Pop. Ada banyak sekali grup musik K-Pop laki-laki dan perempuan yang popularitasnya cukup tinggi di media sosial.

Untuk penelitian saat ini penulis mengambil sampel penggemar dari grup musik K-Pop laki-laki yakni Neo Culture Technology atau NCT. Dibandingkan dengan grup musik laki-laki atau perempuan yang lain NCT memiliki sistem anggota yang unik sebagai sebuah grup K-Pop. NCT adalah sebuah grup musik yang di dalamnya berisikan grup sub-unit lainnya. Sistem sub unit yang banyak membuat NCT berbeda dengan kebanyakan grup yang lainnya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zhang (2022) yang dimuat dalam jurnal *A Study on the Para-social Interaction Between Idols and Fans in Virtual Applications: Case Study of Lysn Bubble*, dijelaskan bahwa media sosial menjadi sarana bagi penggemar untuk mendapatkan informasi dan berinteraksi dengan idola mereka. Hal ini juga terlihat pada penggemar NCT atau NCTzen yang menggunakan media sosial tidak hanya untuk berinteraksi

dengan idola, tetapi juga dengan sesama penggemar maupun komunitas lain.

Pada dasarnya, setiap pengguna media sosial dituntut memiliki etika sosial. NCTzen diharapkan mampu menjaga sikap selama berinteraksi di platform daring. Namun, kenyataannya media sosial sering menjadi ruang bagi penggemar melakukan tindakan negatif seperti menghina, memfitnah, atau mengejek idola maupun penggemar lain dengan alasan melindungi harga diri idolanya.

Dalam beberapa kasus, NCTzen kerap melontarkan hinaan, cacian, dan makian yang bertujuan menyakiti orang lain, baik itu sesama NCTzen maupun penggemar grup K-Pop lain. Perilaku ini menggambarkan bentuk agresi verbal yang cukup sering muncul dalam interaksi daring penggemar.

Menurut Berkowitz dalam Langi (2020), agresi verbal merupakan tindakan yang disengaja sebagai bentuk perilaku agresif dengan tujuan melukai perasaan atau kondisi psikologis pihak lain. Bentuk agresi verbal dapat berupa makian, celaan, umpatan, fitnah, ancaman, maupun ejekan melalui kata-kata. Agresi verbal merupakan perilaku yang mengkhawatirkan karena dampaknya serius, yaitu menjatuhkan atau merusak orang lain, baik secara fisik maupun mental (Ananda, 2020).

Dalam kehidupan penggemar K-Pop, serangan verbal semacam ini kerap terjadi tanpa dasar yang jelas dan lebih banyak dipicu oleh emosi. Salah satu contoh nyata adalah kasus Safa Space, yang menjadi sorotan karena menggambarkan fenomena toxic fandom. Safa, seorang penggemar NCT Dream, dilaporkan melontarkan ujaran kebencian terhadap dua anggota grup tersebut, yaitu Huang Renjun dan Na Jaemin, melalui akun media sosialnya.

Dalam unggahannya, Safa menuliskan makian, celaan, serta hinaan

dengan kata-kata kasar, bahkan disertai ancaman. Ia juga menyebarkan rumor yang menuduh Huang Renjun “tidur” dengan anggota laki-laki lain di sebuah apartemen, serta mengancam akan melakukan kekerasan fisik jika kedua idola itu datang ke Indonesia.

Komentar Safa memicu kemarahan banyak penggemar. Mereka mengadakan forum diskusi di salah satu platform media sosial untuk membahas kasus tersebut. Sebagian penggemar menuntut Safa membuat surat permintaan maaf di atas materai. Bahkan, seorang penggemar yang mengaku sebagai “istri Renjun” sekaligus “emak Renjun” turut melakukan tindakan pengancaman terhadap Safa melalui akun @Berflowerrr.

Saat citra diri idola direndahkan, penggemar sering merasa dirinya turut direndahkan. Kritik yang ditujukan kepada idola dapat menimbulkan amarah yang mendalam. Fenomena ini kerap dikaitkan dengan Celebrity Worship, yaitu kondisi ketika penggemar memuja idolanya secara berlebihan (Munica, 2021).

Intensitas Celebrity Worship dapat meningkat melalui interaksi yang intens antara penggemar dan idola di media sosial. Interaksi semacam itu membentuk ikatan emosional yang membuat penggemar merasa terhubung secara pribadi dengan idolanya. Akibatnya, mereka cenderung membela idola dari berbagai kritik serta menciptakan komunitas yang berfungsi melindungi dan mendukung idola dari ancaman luar.

Menurut Teori Parasocial Interaction (PSI) oleh Horton dan Wohl (1956), penggemar sering mengembangkan ilusi hubungan dua arah dengan selebritas melalui media, termasuk media sosial. Teori ini menjelaskan bagaimana penggemar membangun

perasaan kedekatan dengan idola melalui paparan media, meskipun tidak ada interaksi nyata.

Dalam konteks penggemar K-Pop, PSI tampak melalui konten seperti live streaming atau unggahan media sosial lain, di mana penggemar merasa mendapat perhatian pribadi dari idola. Ilusi kedekatan ini dapat memicu Celebrity Worship berlebihan, sehingga kritik terhadap idola dianggap sebagai ancaman yang harus dilawan. Penggemar kemudian merespons kritik dengan sikap defensif demi melindungi idolanya. Perlindungan ini kadang dilakukan secara negatif, misalnya melalui perilaku agresi verbal.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti memilih kedua variabel ini karena maraknya agresi verbal yang dilakukan penggemar di media sosial. Fenomena tersebut diduga berkaitan dengan Celebrity Worship, di mana penggemar memuja idolanya secara berlebihan hingga memunculkan perilaku agresif.

Penelitian ini penting untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh Celebrity Worship terhadap agresi verbal, mengingat dampaknya serius bagi kondisi psikologis kedua belah pihak. Selain itu, studi mengenai hubungan kedua variabel ini masih jarang dilakukan, khususnya pada penggemar boygroup Neo Culture Technology (NCT) atau NCTzen, meskipun terdapat sejumlah referensi yang membahasnya secara eksplisit.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Mandang (2023) menyatakan metode penelitian kuantitatif akan berfokus pada bagaimana menganalisis data yang telah didapatkan melalui proses pengukuran. Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar K-Pop NCT (NCTzen) di

seluruh Indonesia. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria sampel yaitu penggemar NCT dan aktif menggunakan media sosial seperti pernah berkomentar di media sosial terkait artis K-Pop. Total anggota sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 orang yang ditentukan menggunakan rumus Cochran sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2pq}{e^2}$$

Keterangan rumus:

n: Jumlah sampel yang diperlukan

Z: Nilai standar yang diperoleh dari tabel distribusi normal Z dengan simpangan 5% dengan nilai 1,96

p: Nilai proporsi yang didapat dari penelitian sebelumnya (kepastakaan), apabila proporsi tidak diketahui, maka perkiraan proporsi sebesar 50% (0,5)

q : 1-p

e : Tingkat kesalahan sampel (sampling error) yaitu 10%=0,1 dari tingkat kepercayaan 90%

Sehingga,

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (1 - 0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Instrumen penelitian menggunakan dua skala yaitu *celebrity attitude scale* (CAS) berdasarkan aspek *Celebrity Worship* dari teori Maltby. Dan skala agresi verbal berdasarkan aspek agresi verbal dari teori Infante dan Wingley. Dengan masing-masing jumlah item 32 item *celebrity attitude scale* dan 30 item skala agresi verbal. Setelah dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terdapat item gugur yang dinyatakan tidak valid. Dari 32 item *celebrity attitude scale* terdapat 8 item yang gugur. Dan dari 30 item skala agresi verbal terdapat 2 item yang gugur. Nilai reliabilitas pada kedua skala yang digunakan menunjukkan angka yang

sangat baik. Nilai cronbach's alpha *celebrity attitude scale* sebesar 0,920 dan skala agresi verbal sebesar 0,954.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis statistik dilakukan menggunakan program SPSS versi 25. Sehingga, dapat diketahui deskripsi data penelitian dalam penelitian. hasil analisis menampilkan tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Deskripsi Data Penelitian

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviasi
<i>Celebrity Worship</i>	96	24	90	63.06	14.342
Agresi Verbal	96	30	90	50.23	15.435

Berdasarkan data deskriptif pada tabel 1, variabel *Celebrity Worship* memiliki nilai mean 63.06, dengan standar deviasi 14.342, serta nilai minimum 24 dan nilai maksimum 90. Variabel agresi verbal memiliki nilai mean 50.23 dengan standar deviasi 15.435, serta nilai minimum 30 dan nilai maksimum 90. Berdasarkan deskripsi data dalam tabel 1, maka dilakukan pengkategorian skor variabel *Celebrity Worship* dan agresi verbal.

Tabel 2. Kategori Data Penelitian

Variabel	Kategori			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
<i>Celebrity Worship</i>	15	65	16	96
Agresi Verbal	7	68	21	96

Berdasarkan tabel 2, maka kategorisasi data penelitian menunjukkan terdapat 15 orang dengan kategori *Celebrity Worship* rendah, 65 orang kategori sedang dan 16 orang dengan kategori tinggi. Subjek dengan kategorisasi agresi verbal rendah dalam penelitian ini adalah sebanyak 7 orang, 68 orang masuk ke dalam kategori sedang dan 21 orang masuk ke dalam kategori tinggi.

Pembahasan

Uji regresi linear sederhana dilakukan untuk menganalisis

hubungan dan memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen.

Tabel 3. Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	101.343	4.722		21.462	.000
Celebrity Worship	.811	.073	.753	11.098	.000

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui koefisien X 0.811 dengan nilai hubungan positif. Dengan demikian, jika Celebrity Worship mengalami kenaikan sebesar satu poin maka akan menyebabkan kenaikan variabel agresi verbal sebesar 0.811 poin.

Tabel 4. Uji Hipotesis T

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	12836.605	1	12836.605	123.172	.000 ^b
Residual	9796.353	94	104.217		
Total	22632.958	95			

Tabel uji T menunjukkan nilai signifikansi 0.000 (<0.05) dengan demikian maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Dimana adanya pengaruh Celebrity Worship terhadap perilaku agresi verbal dalam bermedia sosial pada penggemar Korean Pop (K-Pop) boyband Neo Culture Technology (NCT) di Indonesia.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lussy dkk (2023) yang memperoleh nilai signifikansi uji hipotesis T sebesar 0.000 (p<0,05). Dari hasil ini diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara Celebrity Worship (X) dan agresi verbal (Y). artinya semakin tinggi Celebrity Worship maka akan semakin tinggi pula agresi verbal pada subjek penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh Celebrity Worship terhadap perilaku agresi verbal dalam bermedia sosial pada penggemar

Korean Pop (K-Pop) boyband Neo Culture Technology (NCT) di Indonesia didapatkan kesimpulan terdapat pengaruh Celebrity Worship terhadap agresi verbal di media sosial dengan taraf signifikansi 0.000, hal ini menunjukkan bahwa masih banyak penggemar K-Pop terutama NCTzen yang melakukan agresi verbal karena terindikasi Celebrity Worship dalam hal ini kepada idola yang disukai yaitu NCT.

Bagi peneliti selanjutnya, penting untuk melakukan ekspansi wilayah studi ke lebih banyak provinsi yang ada di Indonesia, agar supaya peneliti dapat mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana pengaruh Celebrity Worship terhadap agresi verbal pada penggemar K-Pop.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R. (2020). *Agresi verbal dan dampaknya pada interaksi sosial remaja*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.
<https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Langi, M. (2020). *Agresi verbal pada remaja: Perspektif psikologi sosial*. Manado: Universitas Negeri Manado Press.
- Lussy, R., Tumbelaka, A., & Rorong, D. (2023). Celebrity worship dan perilaku agresif remaja pengguna media sosial. *Psikopedia*, 5(2), 101–110.
- Mandang, J. H. (2023). *Metode penelitian kuantitatif: Teori dan praktik dalam psikologi*. Manado: Universitas Negeri Manado Press.

- Munica, V. (2021). Celebrity worship dan perilaku agresif penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologi Kontemporer*, 9(2), 87–95.
- Putri, N. A., Liany, V., & Nuraeni, S. (2020). Media sosial dan popularitas K-Pop di kalangan remaja. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 55–68.
- Zhang, Y. (2022, January). A study on the para-social interaction between idols and fans in virtual applications. In *2021 International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2021)* (pp. 1118-1124). Atlantis Press.