

ABSTRAK

Fenomena *fanwar* antar *K-pop fans* marak terjadi di media sosial saat ini salah satunya media sosial X atau Twitter. *Fanwar* tidak jarang menjadi suatu ruang terjadinya berbagai perilaku negatif salah satunya tindakan *cyberbullying*. *Cyberbullying* yang terjadi berpeluang akan semakin meningkat apabila penggemar memiliki obsesi tentang perasaan dekat yang intens dengan idolanya. Obsesi penggemar yang berlebihan terhadap idolanya akan membuat penggemar tersebut rela membela idolanya dengan mengikuti *fanwar* dan menunjukkan perilaku *cyberbullying*. Obsesi yang dialami oleh penggemar tersebut biasanya disebut dengan *celebrity worship*. Tujuan dari penelitian ini yaitu guna mengetahui apakah terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* dalam fenomena *fanwar* antar *K-pop fans* di media X atau Twitter. Metode dalam riset ini merupakan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner *online* melalui *google form*. Penelitian ini melibatkan 350 responden dengan kriteria merupakan penggemar K-pop, berusia 12 tahun ke atas, memiliki akun X atau Twitter yang aktif, dan pernah mengikuti *fanwar K-pop*. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Analisis data menggunakan analisis korelasi *product moment pearson*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi (p) sebesar 0,000 atau ($p < 0,05$), dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,361. Pada akhirnya, dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* dalam fenomena *fanwar* antar *K-pop fans* di media X atau Twitter. Koefisien korelasi bernilai positif yang artinya hubungan yang terjadi adalah hubungan positif, yaitu apabila *celebrity worship* meningkat, maka *cyberbullying* yang dimiliki juga akan meningkat.

Kata kunci: *Celebrity Worship, Cyberbullying, Fanwar K-Pop, Media X*

ABSTRACT

The phenomenon of fanwar between K-pop fans is rampant in social media today, one of which is X or Twitter. Fanwar is often a space for various negative behaviors, one of which is cyberbullying. Cyberbullying that occurs is likely to increase if fans have an obsession about feeling intensely close to their idols. Excessive fan obsession with their idols will make these fans willing to defend their idols by participating in fanwars and showing cyberbullying behavior. The obsession experienced by these fans is usually called celebrity worship. The purpose of this study is to determine whether there is a relationship between celebrity worship and cyberbullying in the phenomenon of fanwar between K-pop fans on X or Twitter media. The method in this research is a quantitative research method. Data collection uses an online questionnaire through google form. This study involved 350 respondents with the criteria of being K-pop fans, aged 12 years and over, having an active X or Twitter account, and having participated in K-pop fanwars. The sampling technique in this study was accidental sampling technique. Data analysis using Pearson product moment correlation analysis. The results showed that the significance value (p) was 0.000 or ($p < 0.05$), with a correlation coefficient value of 0.361. In the end, it can be said that there is a relationship between celebrity worship and cyberbullying in the phenomenon of fanwar between K-pop fans on X or Twitter media. The correlation coefficient is positive, which means that the relationship that occurs is a positive relationship, namely if celebrity worship increases, then cyberbullying will also increase.

Keywords: Celebrity Worship, Cyberbullying, Fanwar K-Pop, X Media

ملخص

تتفشى ظاهرة حرب المعجبين بين معجبي البوب الكوري في وسائل التواصل الاجتماعي اليوم، وأحدها تويتر. وغالباً ما تكون حرب المعجبين مساحة لمختلف السلوكيات السلبية، أحدها التتمر الإلكتروني. ومن المرجح أن يزداد التتمر الإلكتروني الذي يحدث إذا كان لدى المعجبين هوس بالشعور بالقرب الشديد من معجبيهم. إن هوس المعجبين المفرط بأصنامهم سيجعل هؤلاء المعجبين على استعداد للدفاع عن أصنامهم من خلال المشاركة في حروب المعجبين وإظهار سلوكيات التتمر الإلكتروني. وعادة ما يُطلق على الهوس الذي يعاني منه هؤلاء المعجبون اسم عبادة المشاهير. الغرض من هذه الدراسة هو تحديد ما إذا كانت هناك علاقة بين عبادة المشاهير والتتمر الإلكتروني في ظاهرة حرب المعجبين بين معجبي الكيبوب الكوري على وسائل التواصل الاجتماعي تويتر. الطريقة في هذا البحث هي طريقة البحث الكمي. يستخدم في جمع البيانات استبيان عبر الإنترنت من خلال استمارة جوجل. وشملت هذه الدراسة ٣٥٠ مبحوثاً ممن تنطبق عليهم معايير أن يكونوا من عشاق موسيقى البوب الكورية، وأن تكون أعمارهم ١٢ عامًا فأكثر، وأن يكون لديهم حساب نشط على تويتر، وأن يكونوا قد شاركوا في حروب المعجبين بموسيقى البوب الكورية. وكان أسلوب أخذ العينات في هذه الدراسة هو أسلوب أخذ العينات العرضي. تم تحليل البيانات باستخدام تحليل الارتباط اللحظي لمنتج بيرسون. أظهرت النتائج أن قيمة الدلالة (ع) كانت ٠,٠٠٠، أو (ع > ٠,٠٥)، بقيمة معامل ارتباط ٠,٣٦١. في النهاية، يمكن القول أن هناك علاقة بين عبادة المشاهير والتتمر الإلكتروني في ظاهرة حرب المعجبين بين معجبي الكيبوب على وسائل التواصل الاجتماعي على تويتر. ومعامل الارتباط إيجابي، مما يعني أن العلاقة التي تحدث هي علاقة إيجابية، أي إذا زادت عبادة المشاهير، فإن التتمر الإلكتروني سيزداد أيضاً.

الكلمات المفتاحية: عبادة المشاهير، التتمر الإلكتروني، حرب معجبي البوب الكورية، وسائل الإعلام على

x