

Description of Self-Control, Fanaticism and Verbal Aggressive Behavior Among K-pop Fans on Twitter

Gambaran Kontrol Diri, Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal Pada Penggemar K-pop di Twitter

Balqis Aulia Mu'afiqoh¹

¹Fakultas Psikologi dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah
Sidoarjo, Indonesia
Email: lollaaulia1207@gmail.com

Lely Ika Mariyati²

²Fakultas Psikologi dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah
Sidoarjo, Indonesia
Email: ikalely@umsida.ac.id

Correspondence:

Lely Ika Mariyati

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesia
Email: ikalely@umsida.ac.id

Abstract

Anyone, including groups of teenagers who like K-pop on Twitter, can act aggressively. Aggressive behavior is common because they have no self-control and are very fanatical about the idols they love, which causes them to behave aggressively on any social media. The aim of this study was to determine whether the level of self-control and fanaticism of Korean Pop fans influences the frequency with which they engage in aggressive verbal behavior on Twitter. 330 active Twitter users who are K-pop fans participated in this research. This research uses quantitative methods and linear regression analysis to determine the extent to which self-control and fanaticism influence aggressive verbal behavior. The results showed that fanaticism and verbal aggressive behavior were positively correlated (coefficient = 3.176) and self-control and verbal aggressive behavior were negatively correlated (32.022). Other findings from this research include a 78% correlation between self-control and fanaticism and aggressive verbal behavior on Twitter.

Keyword : Self-control, Fanaticism, Verbal Aggressive Behavior, K-pop Fans, Social Media

Abstrak

Siapapun, termasuk kelompok remaja yang menyukai K-pop di Twitter, bisa saja bertindak agresif. Perilaku agresif yang umum terjadi karena mereka tidak memiliki kontrol diri dan sangat fanatik terhadap idola yang mereka sayangi, yang menyebabkan mereka berperilaku agresif di media sosial manapun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah tingkat kontrol diri dan sikap fanatik penggemar Pop Korea mempengaruhi frekuensi mereka terlibat dalam perilaku verbal agresif di Twitter. 330 pengguna aktif Twitter merupakan penggemar K-pop yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan analisis regresi linier untuk mengetahui sejauh mana kontrol diri dan fanatisme mempengaruhi perilaku verbal agresif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fanatisme dan perilaku agresif verbal berkorelasi positif (koefisien = 3,176) dan kontrol diri dengan perilaku agresif verbal berkorelasi negatif (32,022). Temuan lain dari penelitian ini antara lain adanya korelasi sebesar 78% antara kontrol diri dengan fanatisme terhadap perilaku verbal agresif di Twitter.

Kata Kunci : Kontrol diri, Fanatisme, Perilaku Agresif Verbal, Penggemar K-pop, Media Sosial

Copyright (c) 2024 Balqis Aulia Mu'afiqoh & Lely Ika Mariyati

Received 2023-12-30

Revised 2024-03-25

Accepted 2024-04-29



LATAR BELAKANG

Indonesia telah mengalami kemajuan teknologi yang membawa perubahan dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan ini ditunjukkan oleh peningkatan penetrasi internet, peningkatan penggunaan smartphone, dan upaya pemerintah untuk memanfaatkan internet sebagai wadah memperluas informasi di bidang sektor pariwisata. Selain itu, infrastruktur digital terus berkembang dengan meningkatnya jaringan internet berkecepatan tinggi dan penyebaran akses internet yang semakin merata. Perkembangan teknologi ini memiliki efek positif yang signifikan, terutama dalam hal pertukaran informasi dan budaya yang memainkan peran penting dalam meningkatkan konektivitas dan memperluas aksesibilitas teknologi di seluruh dunia. Salah satu bukti dampak dari perkembangan teknologi ini adalah masuknya budaya Korean Wave "Hallyu" ke Indonesia (I. P. Putri et al., 2019).

Shim (2006) menyatakan bahwa *Hallyu* adalah istilah K-pop yang lebih sering digunakan untuk menggambarkan fenomena budaya Korean Pop yang telah menyebar ke berbagai negara, termasuk Indonesia (I. P. Putri et al., 2019). Perluasan Korean Wave atau *Hallyu* dimulai dari industri hiburan, seperti musik *korean pop* (k-pop), serial drama, hingga program *variety show* yang berhasil menarik minat masyarakat internasional untuk lebih mempelajari budaya Korea. Pengaruh budaya Korea juga terlihat di Indonesia, yang membawa perubahan signifikan dalam gaya hidup masyarakat, terutama dalam hal fashion, preferensi makanan, komunikasi, serta penggunaan produk perawatan kulit dan kosmetik ala Korea (Egsaugm, 2020). Purwanti menambahkan, bahwa remaja yang memiliki kebiasaan menonton televisi dengan durasi lebih dari empat jam setiap hari, adalah remaja yang paling mudah terpengaruh oleh budaya K-Pop (Purwanti, 2013).

Korean wave sering dikaitkan dengan K-pop. Department Global Communication and Contents Division (2012) menjelaskan K-Pop merupakan singkatan dari *Korean Pop* yang mengacu pada musik pop yang berasal dari Korea Selatan. Selain itu, K-Pop juga menampilkan keunikan tersendiri melalui tarian yang dilakukan oleh setiap anggota dalam sebuah *girlgroup* ataupun *boygroup* di Korea Selatan. Tarian tersebut menjadi salah satu daya tarik yang khas untuk membedakan genre musik ini dengan yang lainnya (I. P. Putri et al., 2019).

Seiring dengan budaya *Korean wave* yang semakin merata di Indonesia, jumlah orang yang menyukai K-pop juga semakin meningkat. Berdasarkan survei IDN Times (2019), menunjukkan persentase individu yang menjadi bagian dari kelompok penggemar K-pop di Indonesia, diantaranya 40,7% dari mereka berusia 20-25 tahun, 38,1% berusia 15-20 tahun, 11,9% berusia di atas 25 tahun, dan sebanyak 9,3% lainnya berusia 10 hingga 15 tahun. Hasil survei lain yang melibatkan 100 penggemar K-pop juga menunjukkan hal yang sama, 57% pecinta K-pop di Indonesia adalah kelompok remaja dewasa awal (Nurani, N., Kusumadewi, A., & Dewi, 2017). Meningkatnya popularitas budaya K-pop secara global, memicu terbentuknya sebuah komunitas penggemar yang dikenal sebagai *fandom* (Nugraini, 2016).

Istilah "*fandom*" digunakan untuk menggambarkan kelompok penggemar yang sangat tertarik pada suatu hal dan memiliki dedikasi yang kuat terhadap suatu objek, serta menunjukkan tingkat komitmen yang tinggi terhadap hal yang mereka gemari (Long, 2014). Terdapat beberapa kelompok *fandom* yang memiliki tingkat popularitas sejajar dengan grup musik idola mereka, contohnya ARMY digunakan untuk penggemar *boygroup* BTS, *Blink* untuk penggemar *girlgroup* Blackpink, EXO-L untuk penggemar *boygroup* EXO, ReVeluv untuk penggemar *girlgroup* Red Velvet, ELF untuk penggemar *boygroup* Super Junior, SONE untuk penggemar *girlgroup* Girl's Generation, dan masih banyak lainnya.

Perubahan teknologi lainnya adalah penggunaan media sosial yang berdampak pada perubahan sosial di masyarakat. Namun, dampak tersebut cenderung mengurangi nilai atau prinsip yang ada dalam masyarakat, terutama pada kalangan remaja yang memiliki kecenderungan bermain media sosial dan sulit untuk menghindarinya, bahkan hampir selalu menggunakan ponsel sepanjang waktu (Rasyid et al., 2019). Contohnya adalah penggemar K-pop yang kerap menggunakan berbagai platform media sosial seperti *Telegram*, *Instagram*, *Twitter*, *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Line* sebagai tempat mereka berkomunikasi dan berinteraksi. Melalui platform-platform tersebut, mereka dapat dengan mudah berbagi konten, berpartisipasi dalam diskusi, serta mendapatkan pembaruan informasi terbaru tentang kegiatan dan karya dari idola mereka dengan cepat.

Menurut Yeon Jeon Kim (2022), K-pop mencatat rekor baru dengan penggunaan hashtag KpopTwitter yang berhasil meningkatkan jumlah tweet secara global. Jumlahnya meningkat dari 6,7 miliar di tahun 2020 menjadi 7,8 miliar di tahun 2021. Sumber lain, CNN Indonesia (2022), mengatakan bahwa Indonesia adalah negara dengan populasi terbesar berbicara tentang K-pop di media sosial *Twitter* pada tahun 2021. Hasil survei yang dilakukan oleh Kumparan (2017) juga mengungkapkan bahwa mayoritas penggemar K-pop menghabiskan waktu yang signifikan di media sosial, dengan persentase sebanyak 56% dari mereka menghabiskan 1-5 jam per hari untuk mencari informasi tentang idola mereka. Sedangkan, 28% dari mereka bisa menghabiskan lebih dari 6 jam setiap hari untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan yang terkait dengan idola mereka di media sosial (Nurani, N., Kusumadewi, A., & Dewi, 2017). Kelompok remaja tersebut lebih suka menikmati kehidupan sosial dunia maya daripada kehidupan sosial nyata (Adriansyah et al., 2019). Sikap tersebut dapat menunjukkan seberapa fanatik mereka sebagai penggemar K-pop yang sangat mengagungkan idolanya (Juwita, 2018).

Fanatisme adalah suatu keyakinan kuat terhadap suatu objek, biasanya dicirikan oleh perilaku berlebihan seperti tingkat antusiasme yang sangat tinggi, keterikatan emosional yang mendalam, serta cinta dan minat yang berlebihan. Sikap fanatik ini seringkali berlangsung untuk waktu yang lama (Eliani et al., 2018). Penelitian oleh Lisa Anggraini Putri (2020) dengan judul "Dampak Korea Wave Terhadap Perilaku Remaja Di Era Globalisasi", menunjukkan

bahwa fanatisme penggemar K-pop dapat dianggap sebagai salah satu dampak negatif yang muncul akibat perkembangan media sosial dalam penyebaran *Korean wave* di Indonesia (L. A. Putri, 2020). Selain dampak individual, fanatisme yang berlebihan dalam K-pop juga dapat berdampak pada hubungan antara penggemar dan komunitas *fandom*, baik di antara penggemar dalam satu *fandom* maupun dengan penggemar dari *fandom* yang berbeda. Hal ini yang dapat memicu timbulnya perilaku agresif yang disebabkan oleh tingginya tingkat fanatisme pada penggemar K-pop.

Perilaku agresif didefinisikan sebagai perilaku yang dilakukan dengan maksud untuk menyakiti, melukai, atau merusak, yang dapat menyebabkan kerusakan pada barang, kerugian fisik, dan dampak psikologis pada individu yang terlibat (Bukhori, 2008). Perilaku agresif telah menjadi lebih umum belakangan ini di beberapa platform media sosial. Perilaku agresif seperti penghinaan, penyerangan yang bertujuan untuk merusak citra atau reputasi seseorang, penyebaran konten yang memfitnah atau mencemarkan nama baik, dan penyalahgunaan bahasa kasar dan melecehkan adalah contoh perilaku agresif verbal yang sering terjadi. Perilaku agresif semacam ini biasanya dilakukan secara anonim atau dengan menggunakan akun palsu untuk menghindari tanggung jawab atas perilaku agresif mereka. Perilaku agresif semacam ini juga dapat menciptakan lingkungan online yang beracun dan tidak aman bagi pengguna lainnya. Penggemar idola K-pop di Indonesia sering terlibat dalam perilaku agresif verbal di media sosial Twitter, terutama ketika mereka sedang berinteraksi dengan berbagai kelompok *fandom* yang berbeda. Penggemar yang memiliki preferensi berbeda dapat memicu timbulnya perdebatan atau konflik karena perilaku tersebut, hal ini sering disebut sebagai *fanwar* (Eliani et al., 2018)

Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Nugraini (2016) menunjukkan bahwa penggemar *Boy Group EXO*, yang dikenal sebagai *EXO-L*, menunjukkan perilaku agresif di media sosial. Salah satu bentuk perilaku agresif yang mereka tunjukkan adalah memberikan komentar negatif pada akun penggemar idola lain, terutama ketika mereka merasa *fandom* mereka mendapat perlakuan yang tidak adil. Terciptanya perilaku agresifitas di media sosial tersebut disebabkan oleh tingginya tingkat fanatisme pada penggemar K-pop (Nugraini, 2016). Penggemar K-pop memiliki tingkat agresi verbal yang beragam, menurut penelitian yang dilakukan oleh Ridwan (2021), sebanyak 1,5% penggemar menunjukkan agresi verbal yang sangat tinggi, 0,7% lainnya menunjukkan agresi verbal yang tinggi, 11,7% menunjukkan agresi verbal yang sedang, dan 86,1% menunjukkan agresi verbal yang rendah (Ridwan, 2021).

Hasil survei awal yang dilakukan terhadap penggemar K-pop di Twitter, didapati bahwa sebagian besar dari mereka mengakui melakukan perilaku agresif verbal sebagai respons terhadap komentar negatif yang ditujukan kepada idola mereka. Dari 18 responden, 9 orang mengaku sering mengirimkan komentar negatif untuk membela idolanya, 7 orang mengatakan kadang-kadang melakukan hal serupa, dan 2 orang menyatakan tidak pernah mengirimkan

komentar negatif sama sekali untuk membela idolanya. Perilaku agresif yang sering mereka lakukan di media sosial Twitter yaitu dengan memberikan komentar-komentar jahat kepada akun yang telah melecehkan idola mereka. Tidak hanya itu, mereka juga terkadang menjelek-jelekkan idola dari *fandom* lain ketika adanya perbedaan argumen terkait dengan keunggulan popularitas dari idola mereka.

Berdasarkan teori Infante dan Wigley (1986), dimensi agresivitas verbal dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu kata yang baik (*benevolently worded*) dan kata-kata yang agresif (*aggressively worded*). *Benevolently worded* terbagi menjadi 2 bentuk, meliputi dorongan ego (*ego boost*) dan *ego supportive communication*. Sedangkan, *aggressively worded* terbagi menjadi 8 bentuk antara lain penyerangan karakter, penyerangan kompetensi, berbicara hal yang kotor, mengejek, mengutuk, menghina, menggoda, dan isyarat nonverbal (Hapsari, 2019).

Faktor yang dapat menyebabkan terjadinya perilaku agresif yaitu perasaan kesal, gangguan psikologis, ketidakstabilan emosional, pengaruh keluarga, teman sebaya, tempat tinggal, dan lingkungan. Lingkungan, baik fisik maupun sosial, sangat mempengaruhi perilaku seseorang. Tempat tinggal yang tidak sehat, kumuh, dan penuh sesak juga dapat mempengaruhi kesehatan fisik, sosial, dan psikologisnya (Sekar, 2021). Keadaan lingkungan yang tidak memadai dapat menjadi faktor pemicu terjadinya perilaku agresif, termasuk pada penggemar K-pop yang terpengaruh oleh tingkat fanatisme yang tinggi dan kurangnya kemampuan kontrol diri yang baik di sekitar mereka. Berdasarkan pernyataan tersebut, menunjukkan bahwa faktor fanatisme dan kontrol diri memiliki hubungan yang saling berinteraksi dan dapat mempengaruhi perilaku penggemar K-pop dalam lingkungan media sosial (Nurpratami et al., 2022).

Penelitian (Natingkaseh et al., 2022), menemukan adanya hubungan antara kontrol diri dan kecenderungan individu untuk melakukan tindakan agresif verbal. Studi tambahan oleh (Nurpratami et al., 2022) membuktikan bahwa tingkat kontrol diri yang ditunjukkan oleh kelompok remaja penggemar K-pop, berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku verbal yang agresif di media sosial dengan persentase sebesar 17%.

Selain itu, didapatkan juga hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya pengaruh frekuensi penggunaan media sosial terhadap perilaku agresif verbal penggemar K-pop. Perilaku agresif verbal akan meningkat seiring dengan frekuensi seseorang dalam menggunakan media sosial mereka. Fenomena tersebut disebabkan oleh karakteristik media sosial yang cenderung terbuka, sehingga memungkinkan individu dengan bebas mengekspresikan pendapat/opini mereka. Namun, banyak yang menyalahgunakan media sosial dengan menyebarkan opini yang mengandung penghinaan dan konten negatif (Tartila, 2013). Dengan demikian, maka kontrol diri memainkan peranan penting dalam mengatur dan mengendalikan perilaku agresif verbal pada individu ketika mereka berinteraksi di media sosial.

Kontrol diri adalah fungsi yang sangat penting dalam diri seseorang yang berperan dalam mengambil keputusan mengenai tindakan yang harus dilakukan, baik dalam waktu saat ini maupun di masa mendatang (Aronson et al., 2016). Dalam pengambilan keputusan, kontrol diri memiliki peran yang penting dalam mengarahkan individu untuk memilih opsi yang tepat. Kemampuan untuk mengendalikan diri dan mempertimbangkan konsekuensi dari setiap pilihan membantu individu membuat keputusan yang lebih bijaksana dan sesuai dengan tujuan mereka. Namun, mengontrol perilaku agresif secara fisik maupun verbal akan lebih sulit bagi mereka yang tidak memiliki kontrol diri yang baik (Sofia & Cruz, 2015). Menurut Krahe, rendahnya tingkat kontrol diri seseorang dapat menjadi hambatan internal yang memicu terjadinya agresi verbal. Kontrol diri yang rendah dapat membuat seseorang tidak dapat mengontrol keinginan mereka dari tindakan yang menyimpang, yang berpotensi merugikan mereka sendiri maupun orang lain.

Sebaliknya, Menurut Logue dan Forzano, remaja yang memiliki kemampuan mengendalikan diri termasuk mereka yang bisa tekun dan tetap bertahan dalam menghadapi tugas, bahkan saat dihadapkan pada banyak hambatan. Individu yang memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi adalah mereka yang dapat mengontrol perilaku mereka, mencegah bertingkah laku negatif, berperilaku sesuai dengan norma, tidak menunjukkan emosi yang berlebihan, dan tidak bertindak sesuka hati mereka (Ismail, 2019).

Berdasarkan teori dan fenomena yang ada, peneliti merasa tertarik ingin memahami bagaimana kontrol diri berhubungan satu sama lain dengan fanatisme dan tindakan agresif secara verbal yang ditunjukkan oleh para pecinta K-pop di media sosial Twitter. Platform Twitter merupakan sebuah media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk mengirim dan membaca kicauan (*Tweet*), pesan berbasis teks hingga 280 karakter (Humaidi et al., 2020). Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami sejauh mana tingkat kontrol diri mempengaruhi munculnya perilaku agresif dalam konteks fanatisme tersebut, dan bagaimana korelasi antara tiga variabel tersebut saat ini. Tidak banyak peneliti yang melakukan penelitian tentang topik ini, sehingga penelitian saya memiliki nilai tambah karena akan memberikan kontribusi penting untuk memperluas pemahaman tentang fenomena tersebut.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menerapkan metodologi kuantitatif, untuk melihat bagaimana dan seberapa besar pengaruh dari variabel independen (kontrol diri dan fanatisme) pada variabel dependen (perilaku agresif verbal) pada penelitian (Ghozali, 2018).

Variabel Penelitian

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini yaitu Kontrol Diri dan Fanatisme, sedangkan variabel terikat (Y) adalah Perilaku Agresif Verbal.

Subjek Penelitian

Populasi yang diteliti sebanyak 900 orang pecinta K-pop yang menggunakan media sosial Twitter dengan aktif. Sementara, hanya 330 orang yang diambil sebagai sampel. *Purposive sampling* adalah salah satu teknik pengambilan sampel dengan cara dipilih secara selektif dari populasi yang memiliki karakteristik yang relevan dengan subjek penelitian. Dengan menggunakan teknik ini, sampel yang dipilih dapat mewakili karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Nursalam, 2013). Pemilihan sampel didasarkan pada kriteria yang telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh peneliti, yang mana dalam penelitian ini mengacu pada individu yang menyatakan diri sebagai penggemar K-pop dan menggunakan aplikasi Twitter.

Pengukuran

Dalam penelitian ini, skala Likert digunakan untuk mengevaluasi keyakinan, sikap, dan sudut pandang individu dan kelompok terhadap fenomena sosial. Skala Likert asli dikembangkan oleh para akademisi sendiri, mengambil inspirasi dari teori faktor bentuk pengendalian diri yang terkenal dari Logue dan Forzano. antara lain mampu mengontrol perilaku seseorang, mampu mencegah perilaku negatif, mampu berperilaku sesuai dengan norma, mampu untuk tidak menunjukkan emosi yang berlebihan, dan mampu untuk tidak bertindak sesuka hatinya (Ismail, 2019). Dari 30 item yang diuji, 29 di antaranya adalah valid. Kualitas skala sangat tinggi, seperti yang ditunjukkan oleh nilai reliabilitasnya sebesar 0,963.

Skala kedua yaitu Skala fanatisme yang diadopsi dari penelitian Ridwan, berdasarkan teori fanatisme menurut Goddard tentang fanatisme, yang mencakup tingkat kecintaan dan minat yang besar pada idola, sikap individu atau kelompok terhadap kegiatan tersebut, waktu yang dihabiskan untuk menekuni kegiatan tertentu, dan dorongan keluarga. Kualitas skala fanatisme sangat kuat, dengan 19 komponen dan nilai reliabilitas 0,907 (Ridwan, 2021).

Skala perilaku agresif verbal yang diadopsi dari penelitian Ridwan, disadarkan oleh gagasan Infante dan Wigley, antara lain menyerang karakter, menyerang kompetensi, penghinaan, mengutuk, menggoda, ejekan, berkata kotor, dan isyarat nonverba. Skala perilaku agresif verbal ini terdiri dari 31 aitem dengan nilai reliabilitas sebesar 0,971 yang artinya kualitas skala perilaku agresif verbal tersebut tergolong sangat kuat (Ridwan, 2021).

Analisis Data

Regresi linier berganda dipilih sebagai model analisis data yang digunakan untuk menilai tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

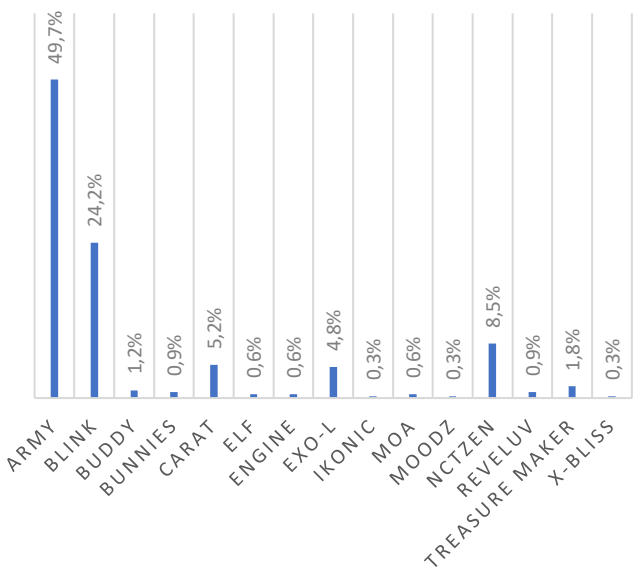
HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan secara online dengan melibatkan 330 penggemar K-pop yang terlibat secara aktif di platform media sosial Twitter melalui *google form*. Tabel berikut menunjukkan jumlah penggemar K-pop yang terlibat dalam penelitian ini.

Tabel 1. Data Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin

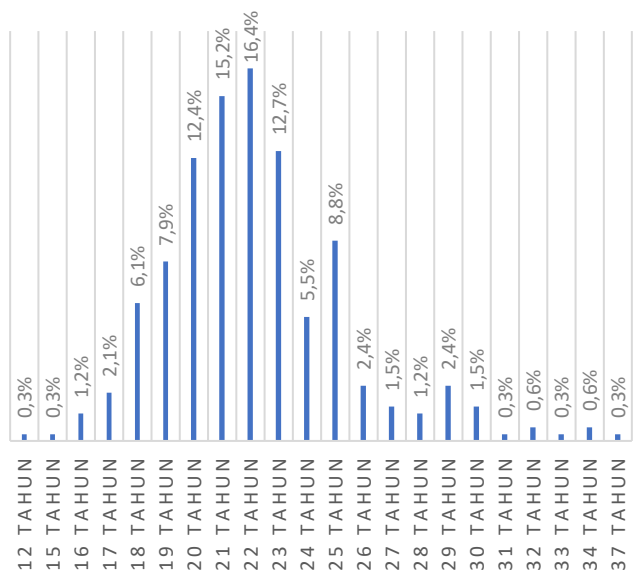
	Frequency	Percent
Perempuan	293	88,5
Laki-Laki	38	11,5
Total	331	100

Tabel di atas menunjukkan bahwa penggemar K-pop yang terlibat dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, dengan 88,5%, dan 11,5% lainnya adalah laki-laki.



Gambar 1. Data Frekuensi Berdasarkan Komunitas

Berdasarkan data komunitas/fandom penggemar K-pop di atas, menunjukkan bahwa komunitas/fandom Army mendominasi sebagai penggemar K-pop terbanyak dengan persentase sebesar 49,7%. Sedangkan, persentase terendah tercatat pada komunitas/fandom Ikonik, Moodz, dan X-Bliss, masing-masing persentase hanya sebesar 0,3%.



Gambar 2. Data Frekuensi Berdasarkan Perbedaan Usia

Berdasarkan data di atas, menunjukkan bahwa subjek pada penelitian ini didominasi oleh remaja berusia 22 tahun dengan persentase sebanyak 16,4%. Sedangkan, kelompok usia lainnya memiliki persentase yang lebih rendah, mulai dari 0.3% hingga 15.2%.

Tabel 2. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov

	Unstandardized Residual
N	330
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.2

Tabel di atas menyajikan nilai signifikansi (p value) sebesar 0.200, yang menunjukkan bahwa $0.200 > 0.05$, artinya data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 3. Uji Linieritas

Variabel	F	Sig	Keterangan
Kontrol Diri - Perilaku Agresif	1170.894	0	Linier
Fanatisme - Perilaku Agresif	44.949	0	Linier

Tabel tersebut menunjukkan hubungan linear antara kontrol diri dan fanatisme terhadap perilaku agresif, dengan nilai signifikansi masing-masing variabel $0,000 < 0,05$

Tabel 4. Uji Hipotesis

Variabel	F Hitung	Sig.
Kontrol Diri (X1) - Fanatisme (X2) - Agresif Verbal (Y)	606.705	.000 ^b

Dengan menggunakan perhitungan SPSS di atas, hasil tabel Anova menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh kontrol diri (X1) dan fanatisme (X2) terhadap perilaku agresif verbal (Y) adalah $0,000 < 0,05$, dan nilai F hitung sebesar $606.705 > F$ tabel 3,02. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh antara kontrol diri (X1) dan fanatisme (X2) terhadap perilaku agresif verbal (Y) pada saat yang sama.

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi Uji R²

	R	R Square	Adjusted R Square
Kontrol Diri, Fanatisme *Agresif Verbal	.888 ^a	0.788	0.786

Dari data tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa nilai R Square sebesar 0,788, yang mengindikasikan bahwa pengaruh dari variabel kontrol diri (X1) dan fanatisme (X2) terhadap perilaku agresif verbal (Y) mencapai sebesar 78,8%.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	t	Sig.
(Constant)	20.93	0.000
1 Kontrol_Diri	-32.02	0.000
Fanatisme	3.176	0.002

Pengujian kemudian dilakukan dengan menggunakan regresi linier untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap koefisien regresi. Hasil pengujian ditampilkan pada Tabel 8 yang menunjukkan bahwa nilai regressor variabel pengendalian diri sebesar -32,022 dengan tingkat signifikansi 0,000 0,05. Hasil penelitian menunjukkan H1 diterima yang menunjukkan adanya hubungan antara pengendalian diri dengan perilaku verbal agresif. Namun variabel fanatisme mempunyai nilai koefisiensi regresi yang jauh lebih tinggi yaitu sebesar 3,176 dengan t-tabel sebesar 1,967, dan nilai signifikansi signifikan lebih rendah sebesar 0,002-0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan H2 diterima yang berarti adanya pengaruh variabel fanatisme terhadap variabel agresi verbal.

Tabel 7. Sumbangan Efektif

Variabel	b	SE
Kontrol Diri (X1)	-0,884	0,758
Fanatisme (X2)	0,349	0,03

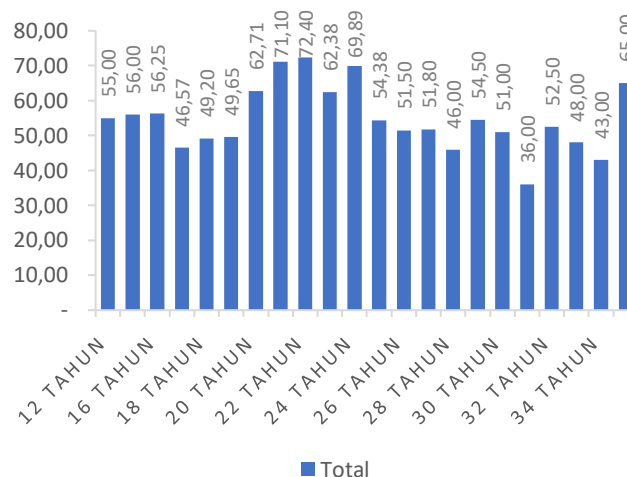
Tabel di atas menunjukkan bahwa fanatisme hanya berkontribusi sebesar 3% terhadap munculnya perilaku agresif verbal di kalangan penggemar K-pop di media sosial Twitter, sementara variabel kontrol diri memiliki pengaruh yang lebih besar yaitu 78%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kontrol diri mempunyai pengaruh yang lebih signifikan terhadap munculnya perilaku verbal agresif di kalangan penggemar K-pop di platform media sosial seperti Twitter.

Pada penelitian ini menggunakan 3 kategorisasi untuk setiap variabel yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Pengelompokan ini dapat digunakan untuk mengkategorikan responden berdasarkan tingkat kontrol diri, fanatisme, atau perilaku agresif verbal mereka. Dengan demikian, peneliti dapat dengan lebih mudah mengidentifikasi pola atau perbedaan yang signifikan dalam hubungan antara variabel-variabel tersebut seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 8. Frekuensi Kategorisasi Variabel Penelitian

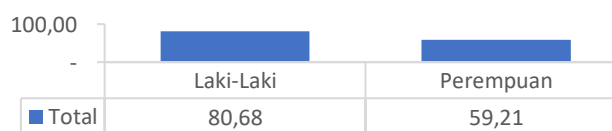
Variabel	Kategori Norma	Frekuensi	Persentase
Kontrol Diri	Tinggi	235	71,21%
	Sedang	64	19,39%
	Rendah	31	9,39%
Fanatisme	Tinggi	210	64%
	Sedang	120	36%
	Rendah	0	0%
Perilaku Agresif Verbal	Tinggi	52	16%
	Sedang	11	3%
	Rendah	267	81%

Berdasarkan data yang tercantum di atas, terlihat bahwa dari total sampel populasi yang berjumlah 330 penggemar K-pop, pada variabel kontrol diri, sebanyak 235 orang di antaranya atau sekitar (71,21%) termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan sebanyak 64 penggemar K-pop atau sekitar (19,39%) masuk dalam kategori sedang, dan 31 penggemar K-pop atau (9,39%) masuk dalam kategori rendah. Sementara itu, dalam variabel fanatisme, sebanyak 210 penggemar K-pop atau sekitar (64%) masuk dalam kategori tinggi, dan sebanyak 120 penggemar K-pop atau sekitar (36%) masuk dalam kategori sedang. Terakhir, pada variabel perilaku agresif verbal, sebanyak 52 penggemar K-pop atau sekitar (16%) termasuk dalam kategori tinggi, sebanyak 11 penggemar K-pop atau sekitar (3%) berada dalam kategori sedang, dan 267 dari mereka atau sekitar (81%) termasuk dalam kategori rendah.



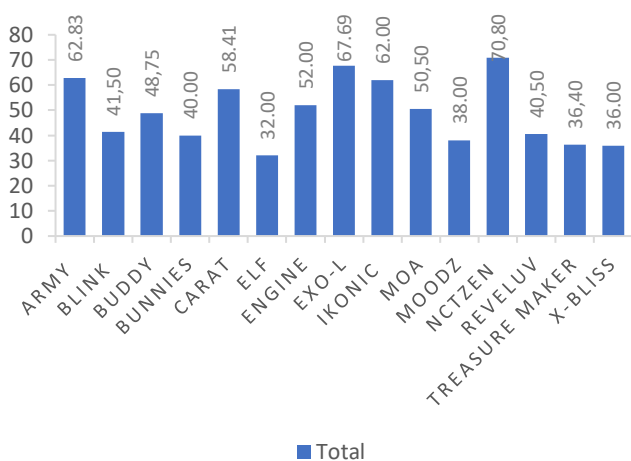
Gambar 3. Perilaku Agresif Verbal Berdasarkan Usia

Berdasarkan data pada tabel di atas, kita melihat bahwa perilaku verbal paling agresif di kalangan penggemar K-pop di platform media sosial Twitter didominasi oleh mereka yang berusia 22 tahun. 47% penggemar K-pop di Indonesia berusia antara 20 dan 25 tahun, 38,1% lainnya berusia antara 15 dan 24 tahun, 11,9% berusia di atas 25 tahun, dan 9,3% berada pada kelompok usia termuda yaitu antara 10 hingga 14 tahun, menurut survei tahun 2019 yang dilakukan IDN Times (Almaida et al., 2021). Individu pada usia 22 tahun diklasifikasikan oleh Mappiare termasuk dalam fase "Masa Dewasa Akhir" (Dewi, 2021). Di dunia sekarang ini, kaum muda sering kali menghadapi situasi yang dapat menyebabkan tekanan emosi, yang pada akhirnya dapat menyebabkan perubahan emosi yang tidak stabil. (Endrastuty & Denok Setiwati, 2019).



Gambar 4. Perilaku Agresif Verbal Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa perilaku agresif verbal penggemar K-pop di media sosial Twitter jika dilihat dari jenis kelamin, didominasi oleh laki-laki. Perbedaan perilaku agresif verbal berdasarkan jenis kelamin bisa dijelaskan oleh tingginya kecenderungan laki-laki untuk melibatkan diri dalam tindakan agresif secara verbal. Ini sering kali dikaitkan dengan sifat-sifat seperti tegas, dominan, dan kompetitif yang lebih sering ditemukan pada laki-laki (Infante & Wigley III, 1986). Penelitian sebelumnya menunjukkan persentase perilaku agresif verbal yang dilakukan oleh laki-laki di media sosial, antara lain sebanyak 58,2% pada aspek *character attacks*, sebanyak 63,6% pada aspek *competense attacks*, sebanyak 40% pada aspek *insult*, *maladdiction*, *profanity*, sebanyak 50,9% pada aspek *teasing*, *ridicule*, dan sebanyak 52,7% pada aspek *non verbal emblems* (Yaqin & Aviani, 2021).



Gambar 5. Perilaku Agresif Verbal Berdasarkan Komunitas

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa perilaku agresif verbal penggemar K-pop di media sosial Twitter jika dilihat dari komunitas di dominasi oleh *fandom NCTzen*. *NCTzen* merupakan sebutan bagi penggemar dari grup musik K-pop yang dikenal dengan nama *NCT* (*Neo Culture Technology*). Survei yang dilakukan oleh *IDN Times* (2021) menyatakan bahwa *NCT* merupakan idol grup yang menempati posisi pertama karena memiliki jumlah anggota terbanyak, dengan total 23 anggota. Hal ini memungkinkan munculnya perilaku agresif verbal di media sosial yang berasal dari komunitas penggemar *NCT*, yang disebabkan oleh sikap fanatisme penggemar terhadap idolanya

PEMBAHASAN

Analisis menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan fanatisme pada agresi verbal Kpop di Twitter, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima. Menurut penelitian sebelumnya (Nurpratami et al., 2022), fanatisme dan pengendalian diri penggemar K-pop berpengaruh signifikan terhadap agresi verbal mereka di media sosial.

Berdasarkan analisis, kontrol diri mempunyai dampak sebesar 75,8% terhadap agresi verbal selebriti K-pop di media Twitter. Studi ini menunjukkan hubungan negatif antara kontrol diri dan agresi verbal. Semakin tinggi kemampuan mengendalikan diri yang dimiliki oleh kelompok penggemar K-pop, semakin rendah kemungkinan mereka melakukan tindakan agresif verbal di media sosial. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurpratami et al., 2022; Abdullah et al., 2021; Agustina, 2022). Etikasari menambahkan dalam penelitiannya, bahwa penggemar K-pop sering kali memiliki reaksi berlebihan dalam situasi yang melibatkan idolanya, yang juga dapat berdampak pada tingkat kontrol diri dan potensi terjadinya perilaku agresif dalam interaksi online maupun offline (Etikasari, 2013).

Kontrol diri termasuk ke dalam salah satu aspek yang berpengaruh terhadap munculnya perilaku agrsif K-pop di media sosial (Fitriana, 2019). Kontrol diri yang dimiliki individu dapat membantu mereka mengelola agresi fisik dan verbal (Sofia & Cruz, 2015). Gottfredson dan Hirschi menemukan bahwa orang dengan kontrol diri rendah merasa senang ketika melakukan hal-hal yang berisiko, termasuk agresi verbal. Mereka seringkali impulsif, berpandangan sederhana, dan mudah membangkitkan emosi (Aroma & Suminar, 2012). Hal ini diperbincangkan oleh sebagian besar penggemar K-pop di Twitter, dimana 9,39% memiliki kontrol diri yang rendah, 19,39% memiliki kontrol diri yang sedang, dan 71,21% memiliki kontrol diri yang tinggi. Kontrol diri yang rendah dapat berdampak pada ketidakmampuan mereka untuk mengelola emosi dengan bijak dan mengekspresikannya secara sehat. Akibatnya, mereka cenderung merespons situasi dengan cara yang impulsif, seringkali menggunakan kata-kata kasar atau agresif sebagai saluran untuk melepaskan tekanan emosional mereka.

Kontrol diri memiliki peran penting dalam mencegah perilaku agresif yang merugikan orang lain (Krahe, 2013). Pengaruh kontrol diri ini juga berlaku dalam konteks perilaku agresif pada penggemar K-pop. Misalnya, seseorang dengan kemampuan mengendalikan diri yang tinggi cenderung tidak menyerang orang lain secara fisik atau verbal, termasuk di komunitas K-pop. Ketika kemampuan tersebut rendah, mereka akan lebih mudah menjadi agresif. Analisis menunjukkan bahwa fanatisme mempengaruhi agresi verbal K-pop di Twitter sebesar 3%. Fanatisme adalah keyakinan atau sistem kepercayaan yang kuat yang menghalangi seseorang untuk melihat dari sudut pandang lain. Orang yang fanatik sering kali tidak memperhatikan kesehatannya dan menunjukkan perilaku yang tidak rasional. (Aulia et al., 2022).

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa 36% dari penggemar K-pop berada pada tingkat fanatisme sedang, sementara 64% lainnya menunjukkan fanatisme yang tinggi. Fanatisme yang kuat terhadap idola K-pop sering tercermin dalam perilaku penggemar remaja, yang menjadikan idola sebagai fokus utama dalam hidup mereka. Tanda-tanda fanatisme ini mencakup pengorbanan waktu yang signifikan untuk mengikuti perkembangan idola melalui internet, pengeluaran finansial yang besar untuk mendukung idola dengan membeli tiket konser dan barang dagangan, serta

usaha yang berkelanjutan untuk tetap mengikuti informasi terbaru tentang idola mereka (Juwita, 2018).

Terdapat korelasi yang kuat antara fanatisme dengan munculnya perilaku agresif secara verbal, menurut penelitian (Eliani et al., 2018). Menurut temuannya, fanatisme yang dimiliki oleh kelompok remaja penggemar K-pop dapat menjadi pemicu timbulnya perilaku agresif verbal di media sosial. Peneliti (Ridwan, 2021; Eliani et al., 2018) menemukan korelasi positif antara fanatisme dan ucapan agresif di Twitter. Hal ini menunjukkan bahwa grup fandom K-pop lebih cenderung terlibat dalam perilaku verbal agresif jika anggota kelompoknya semakin fanatik pada idolanya masing-masing.

Perilaku fanatik tercermin dalam cara penggemar mengkonsumsi konten, aktivitas yang mereka lakukan, serta sejauh mana mereka mengidolakan artis idola mereka (Situmorang, 2020). Selain itu, perilaku fanatisme penggemar K-pop yang ingin selalu menganggap idolanya sebagai yang terbaik bisa mengarah pada tindakan merendahkan atau mencela idola lain, yang merupakan salah satu bentuk perilaku agresif verbal di media sosial (Zulfaa, 2020). Keyakinan semacam ini dapat mendorong penggemar untuk terlibat dalam perilaku yang ekstrem, seperti saling melemparkan komentar negatif di media sosial dengan penggemar dari kelompok lain, sering disebut sebagai "fanwar" (Eliani et al., 2018). *Fanwar* tidak hanya terjadi antara kelompok penggemar yang berbeda *fandom*, tetapi juga dapat terjadi dalam kelompok penggemar yang sama. *Fanwar* seringkali dipicu oleh komentar negatif yang ditujukan kepada idola mereka, dan sebagai bentuk perlindungan, para penggemar akan merespons dengan komentar-komentar negatif dan serangan verbal. Mereka biasanya memiliki tingkat toleransi yang rendah terhadap perbedaan pendapat, baik itu antara sesama penggemar maupun kelompok penggemar yang berbeda.

Umumnya, *fanwar* terjadi di berbagai platform media sosial, salah satunya adalah Twitter. Ketersediaan *anonimitas* di media sosial memungkinkan para penggemar menjadi lebih berani dalam menyampaikan serangan satu sama lain. Hal ini sering menghasilkan komentar-komentar kebencian dan bahasa kasar yang ditujukan kepada idola grup (Alifiandy & Ardi, 2020). *Fanwar* umum terjadi karena adanya ketegangan di berbagai komunitas penggemar yang mendukung grup atau idola yang berbeda. Hal ini dilakukan oleh sebagian penggemar untuk melindungi dan membela idola yang mereka cintai dari kritik atau komentar negatif yang datang dari penggemar grup atau idola lain. Analisis menunjukkan bahwa tingkat fanatisme dan kontrol diri penggemar K-pop berkontribusi hampir 80% terhadap perilaku verbal agresif mereka di Twitter. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap agresi verbal. Meskipun demikian, faktor-faktor tambahan yang juga diteliti menyumbang 21,2% pengaruh lainnya.

Berdasarkan kelompok usia, perilaku agresif verbal penggemar K-pop di media sosial Twitter didominasi oleh individu dengan rentan usia 22 tahun. Usia tersebut termasuk kedalam kelompok remaja dewasa akhir, seperti pendapat Mappiare yang mengatakan bahwa masa remaja akhir

berlangsung antara usia 17 tahun atau 18 tahun sampai dengan 21 tahun atau 22 tahun (Dewi, 2021). Remaja mengalami perubahan fisik pada usia tersebut, yang tentunya juga berdampak pada perubahan perilaku dan sikap seseorang. Menurut Ali dan Ansor, remaja dalam masa dewasa akhir akan mengalami pengelolaan emosi yang kurang stabil atau dalam kata lain cenderung labil, sehingga mereka masih memerlukan adanya pelatihan untuk meningkatkan kontrol diri dalam individu masing-masing (Ali & Asrori, 2018). Madjid, dkk menambahkan pernyataannya yang mengungkapkan bahwa ketidakstabilan emosi yang dialami oleh remaja akan memicu terjadinya perilaku kenakalan remaja, seperti tawuran, perkelahian, pembullying, sejenisnya (Madjid et al., 2022).

Penelitian menunjukkan bahwa laki-laki mendominasi Twitter dengan tweet K-pop yang agresif. Berdasarkan gender, penelitian ini menunjukkan bahwa agresi verbal bintang K-pop di Twitter menjadi lebih umum. Hal ini menunjukkan bahwa influencer K-pop Twitter mendominasi agresi verbal. Karena dididik untuk menjadi tegas, dominan, dan bersaing, laki-laki lebih sering melakukan agresi verbal daripada perempuan, menurut penelitian Infante dan Wigley (1986). Sedangkan menurut Taylor, Peplau, dan Sears (2009), Remaja laki-laki lebih agresif secara fisik dan verbal daripada remaja perempuan (Yaqin & Aviani, 2021).

Berdasarkan komunitas/*fandom*, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku agresif verbal penggemar K-pop di media sosial Twitter didominasi oleh komunitas atau *fandom* NCTzen yang merupakan penggemar grup dari NCT (Neo Culture Technology). Menurut IDN Times (2021), NCT menduduki peringkat teratas dalam kategori idol grup dengan jumlah anggota terbanyak. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kemungkinan bahwa komunitas NCTzen terlibat dalam perilaku agresif verbal di media sosial Twitter. Hal ini disebabkan oleh adanya 23 anggota dalam idol grup NCT, yang dapat memicu fanatisme yang tinggi di antara penggemar terhadap masing-masing anggota NCT. Respons fanatik ini kemungkinan akan mendorong perilaku agresif verbal, terutama ketika penggemar berusaha membela atau mendukung anggota favorit mereka, meskipun cara ini mungkin tidak selalu bersifat positif atau mendukung.

Sementara pada Penelitian yang dilakukan oleh Nugraini (2016) mengungkap bahwa komunitas penggemar EXO-L yang berasal dari idol grup EXO secara signifikan menunjukkan tanda-tanda perilaku agresif verbal di media sosial. Ini terlihat dalam bentuk memberikan kritikan yang berlebihan dan jahat terhadap akun penggemar idola lain atau idola lain yang dianggap mengganggu penggemar EXO-L (Nugraini, 2016).

Sementara, dalam temuan penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar K-pop masuk dalam kategori "rendah" dalam hal penggunaan bahasa agresif di Twitter: Sebanyak 52 orang (16%) yang masuk dalam kategori "tinggi", 11 orang (3%) masuk dalam kategori "sedang", dan 267 orang (81%) masuk dalam kategori "rendah". Dari sini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa mayoritas penggemar K-pop yang berpartisipasi dalam penelitian ini memiliki tingkat agresi verbal yang rendah.

KESIMPULAN

Penelitian ini berpotensi menunjukkan korelasi yang signifikan antara kontrol diri dan kecenderungan penggemar K-pop terhadap perilaku agresif secara verbal di Twitter. Kontrol diri mempunyai korelasi negatif dengan agresi verbal, yang menunjukkan bahwa penggemar K-pop cenderung tidak terlibat dalam perilaku seperti itu di Twitter jika semakin tinggi tingkat kontrol diri yang dimiliki oleh mereka. Di sisi lain, terdapat korelasi positif antara fanatisme dan agresi verbal. Artinya, kemungkinan penggemar K-pop terlibat dalam perilaku agresif verbal di media sosial meningkat sebanding dengan intensitas fanatisme penggemar terhadap idola yang mereka cintai. Dengan demikian, diharapkan bagi kelompok remaja penggemar K-pop untuk lebih menjaga lisan guna mengurangi timbulnya perilaku agresif verbal di media sosial. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menggunakan metode kualitatif seperti wawancara untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang topik yang sama. Peneliti juga dapat menggunakan responden dengan ukuran sampel yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D. I. M., Hayati, S., & Gismin, S. S. (2021). Pengaruh self-control terhadap aggressive verbal pada mahasiswa di social media. *Jurnal Psikologi Karakter*, 1(2), 68–75. <https://journal.unibos.ac.id/jpk/article/view/1228>
- Adriansyah, M. A., Munawarah, R., Aini, N., Purwati, P., & Muhliansyah, M. (2019). Pendekatan transpersonal sebagai tindakan preventif “domino effect” dari gejala fomo (fear of missing out) pada remaja milenial. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 6(1), 33–40. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v6i1.2361>
- Agustina, M. (2022). Hubungan antara kontrol diri dan konformitas Dengan perilaku agresi verbal pada remaja awal penggemar k-pop di media sosial twitter.
- Ali, M., & Asrori, M. (2018). *Psikologi remaja: perkembangan peserta didik*. Bumi Aksara.
- Alifiandy, A., & Ardi, R. (2020). Literatur review agresi verbal yang dipengaruhi oleh fanatisme. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental*, 10(2020), 1–10.
- Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl k-pop. *Cognicia*, 9(1), 17–24. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>
- Aroma, I. S., & Suminar, D. R. (2012). Hubungan antara tingkat kontrol diri dengan kecenderungan perilaku kenakalan remaja. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Perkembangan*, 1(2), 1–6.
- Aronson, E., Wilson, T. D., Akert, R., & Sommers, S. (2016). *Social psychology ninth edition*. Pearson.
- Aulia, D., Miftahuddin, M., Istiqomah, I., Zatrachadi, M. F., & Darmawati, D. (2022). Pengaruh fanatisme korean pop terhadap perilaku imitasi Remaja (studi komunitas purple army pekanbaru). *Jurnal Administrasi Pendidikan & Konseling Pendidikan*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24014/japkp.v3i1.16380>
- Bukhori, B. (2008). *Zikir al-asma'al-husna solusi atas problem agresifitas remaja*. Rasail Media.
- Dewi, F. N. R. (2021). Konsep diri pada masa remaja akhir dalam kematangan karir siswa. *KONSELING EDUKASI “Journal of Guidance and Counseling,”* 5(1), 46–62. <https://doi.org/10.21043/konseling.v5i1.9746>
- Egsaugm. (2020). *Fenomena korean wave di indonesia*. Egsaugm. <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), 59–72. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v3i1.2442>
- Endrastuty, J. F., & Denok Setiwati. (2019). Studi tentang kematangan emosi siswa pada kasus tawuran di smk negeri 1 trowulan. *Jurnal Bk Unesa*, 1(1), 31–37. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/27598> <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/27598/25249>
- Etikasari, Y. (2013). Kontrol diri remaja penggemar k-pop (k-popers) (sturd pada penggemar k-pop di yogyakarta). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(3), 190–202.
- Fitriana, M. (2019). Hubungan kontrol diri dengan pemujaan terhadap idola pada remaja penggemar k-Pop. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 450–456. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i3.4804>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari, Y. D. D. (2019). *Hubungan antara tekanan teman sebaya dengan agresi verbal remaja putra di sekolah berasrama*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Humaidi, A., Putri, Aulia, T. F., & Suhesty, A. (2020). Tweetdiary: untuk Menurunkan Tingkat Kecemasan Berbicara di Depan Umum. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 9(2), 88–96. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v9i2.3902>
- Infante, D. A., & Wigley III, C. J. (1986). Verbal aggressiveness: An interpersonal model and measure. *Communications Monographs*, 53(1), 61–69.
- Ismail, Y. (2019). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku agresif pada remaja di rubrik school semarang. In *Universitas Semarang*. http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOTx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS_
- Juwita, S. H. (2018). Tingkat fanatisme penggemar k-pop dan kemampuan mengelola emosi pada komunitas exo-l di kota yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(7), 273–286.
- Krahe, B. (2013). *The social psychology of aggression second edition*. Psychology Press.
- Long, P. (2014). *Media studies: texts, production, context*. Routledge.
- Madjid, A. N. F., Aswar, & Tajuddin, A. (2022). Efek kemampuan kontrol diri dalam menekan perilaku. *Psikologia: Jurnal Psikologi*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.21070/psikologia.v6i1.1210>
- Natingkaseh, G. N., Utami, A. B., & Ramadhani, H. S. (2022). Kontrol diri dan kecenderungan melakukan agresivitas verbal pada remaja perempuan: menguji peranan kontrol diri. *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(2), 123–130.
- Nugraini, E. D. (2016). *Fanatisme remaja terhadap musik populer korea dalam perspektif psikologi sufistik (studi kasus terhadap exo-l)*. Fakultas Ushuluddin UIN Walisongo. Semarang.
- Nurani, N., Kusumadewi, A., & Dewi, S. K. (2017). *Fanatisme fans k-pop: Candu dan bumbu remaja*. Kumparan. <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja>
- Nurpratami, A., Fakhri, N., & Hamid, A. N. (2022). Fanatisme dan kontrol diri dengan agresi verbal penggemar kpop di media Sosial. *Jurnal Psikologi: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 9(2), 178–195. <https://doi.org/10.35891/jip.v9i2.2531>
- Nursalam. (2013). *Metodologi penelitian ilmu keperawatan: Pendekatan Praktis*. (Edisi 3). Salemba Medika.
- Purwanti, S. (2013). Korea, remaja dan proses peniruan. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 2(1). <https://core.ac.uk/download/pdf/268075960.pdf>
- Putri, I. P., Dhiba, F., Liany, P., Nuraeni, R., Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2019). K-drama dan penyebaran korean wave di indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68–80.
- Putri, L. A. (2020). Dampak korea wave terhadap perilaku remaja di era Globalisasi. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 3(1), 42–48. <https://doi.org/10.24014/0.8710187>
- Rasyid, M., Saputri, S. A., Larasati, L. D., & Tanjung, A. A. R. R. P. (2019). Mirror talk sebagai upaya meningkatkan self compassion. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 7(1), 22. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v7i1.2390>
- Ridwan, A. L. (2021). *Hubungan antara fanatisme dengan agresi verbal pada anggota komunitas fans k-pop*. Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta.
- Sekar, P. R. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas remaja. *Psyche 165 Journal*, 14(1), 27–31. www.springer.com
- Situmorang, N. (2020). Tingkat fanatisme penggemar musik pop korea (k-popers) terhadap budaya k-pop pada komunitas exo-l pekanbaru. *JOM FSIP*, 7(2), 33–48. <http://repository.radenintan.ac.id/11375/1/PERPUS>

- PUSAT.pdf%0Ahttp://business-law.binus.ac.id/2015/10/08/pariwisata-syariah/%0Ahttps://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results%0Ahttps://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/view/8839
- Sofia, R. M., & Cruz, J. F. A. (2015). Self-control as mechanism for controlling aggression: a study in the context of sport competition. *Personality and Individual Differences*, 87, 302–306.
- Tartila, P. L. (2013). Fanatisme fans kpop dalam blog netizenbuzz. *Commonline*, 2(3), 190–205. https://blog.twitter.com/in_id/topics/insights/2022/indonesia-negara-yang-paling-ramai-membicarakan-k-pop-di-twitter
- Yaqin, R. A., & Aviani, Y. I. (2021). Kecenderungan perilaku agresi verbal pengguna Instagram. *Jurnal Riset Psikologi*, 2021(4), 1–12. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/psi/article/view/12768>
- Zulfaa, I. (2020). *Fanatisme dan agresi verbal di media sosial twitter pada penggemar k-pop*.