

## **Hubungan Antara *Celebrity Worship* Dengan Perilaku Cyberbullying Pada Penggemar Grup K-Pop Seventeen (Carat)**

**Hellen Al Faresta<sup>1</sup>, Rohmatun<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Mahasiswa, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Sultan Agung

<sup>2</sup> Dosen, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Sultan Agung

*\*Corresponding Author:*  
[rohmatun@unissula.ac.id](mailto:rohmatun@unissula.ac.id)

### **Abstrak**

Salah satu hal yang dapat berkaitan dengan perilaku cyberbullying pada penggemar K-Pop adalah tingginya keterikatan emosional terhadap idola atau celebrity worship. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara celebrity worship dengan perilaku cyberbullying pada penggemar grup K-Pop Seventeen (Carat). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan teknik Purposive Sampling dan melibatkan 194 responden yang merupakan penggemar Seventeen berusia 14–29 tahun. Data penelitian diperoleh menggunakan skala Celebrity worship yang terdiri dari 22 aitem dengan reliabilitas sebesar 0,860 dan skala Perilaku Cyberbullying yang terdiri dari 30 aitem. Analisis data dilakukan menggunakan korelasi Product Moment Pearson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara celebrity worship dengan perilaku cyberbullying pada penggemar grup K-Pop Seventeen (Carat) dengan nilai ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,334 dan signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,01$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi celebrity worship, maka semakin tinggi kecenderungan perilaku cyberbullying.

**Kata Kunci:** celebrity worship, cyberbullying..

### **Abstract**

One factor that may be associated with cyberbullying behavior among K-Pop fans is a high level of emotional attachment to their idols, known as celebrity worship. This study aimed to examine the relationship between celebrity worship and cyberbullying behavior among fans of the K-pop group Seventeen (Carat). This study employed a quantitative correlational approach using purposive sampling and involved 194 respondents aged 14–29 years who were fans of Seventeen. Data were collected using the Celebrity worship Scale consisting of 22 items with a reliability coefficient of 0.860 and the Cyberbullying Behavior Scale consisting of 30 items. Data were analyzed using the Pearson Product-Moment correlation technique. The results showed a significant positive relationship between celebrity worship and cyberbullying behavior among fans of the K-pop group Seventeen (Carat), with a correlation coefficient ( $r_{xy}$ ) of 0.334 and a significance value of 0.000 ( $p < 0.01$ ).

---

*These findings indicate that the higher the level of celebrity worship, the higher the tendency to engage in cyberbullying behavior.*

**Keywords:** *celebrity worship, cyberbullying.*

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola interaksi sosial masyarakat, terutama melalui media sosial. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga menjadi ruang bagi individu untuk mengekspresikan emosi, opini, serta membentuk identitas sosial. Kemudahan akses media sosial memberikan berbagai manfaat, namun juga memunculkan berbagai dampak negatif, salah satunya adalah *cyberbullying* (Ardiana dkk., 2024). *Cyberbullying* merupakan perilaku yang dilakukan secara sengaja melalui media digital dengan tujuan menyakiti, merendahkan, mengintimidasi, atau mengganggu individu lain (Afralia dkk., 2024). Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial di Indonesia, kasus *cyberbullying* juga menunjukkan kecenderungan yang semakin meningkat. Penelitian Efianingrum dkk (2020) menunjukkan bahwa keterlibatan *cyberbullying* pada pelajar di Indonesia mencapai 69,64%. Selain itu, prevalensi *cyberbullying* secara global berada pada rentang 13,99% hingga 57,5% (Zhu dkk., 2021). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *cyberbullying* merupakan fenomena yang perlu mendapatkan perhatian karena dapat memberikan dampak psikologis berupa rendahnya kepercayaan diri, kecemasan, depresi, hingga kecenderungan menarik diri dari lingkungan sosial (Kirana dkk., 2025).

Fenomena *cyberbullying* juga banyak ditemukan dalam komunitas penggemar di media sosial, termasuk fandom K-Pop. Interaksi antar penggemar tidak hanya sebatas memberikan dukungan terhadap idola, tetapi juga sering kali diwarnai dengan *fanwar*, perselisihan antar fandom, hingga perilaku saling menyerang di media sosial. Lembaga *ChildFund* melaporkan bahwa penggemar K-Pop memiliki kecenderungan menjadi pelaku *cyberbullying* sebesar 55,3% dan menjadi korban sebesar 66,6% dibandingkan penggemar dari komunitas lain. Tingginya aktivitas penggemar K-Pop di media sosial menjadikan fandom sebagai salah satu kelompok yang rentan terhadap perilaku *cyberbullying*.

Willard (2007) menyatakan bahwa *cyberbullying* merupakan perilaku agresi yang dilakukan secara sengaja dan berulang melalui media digital untuk menyakiti, mempermalukan, mengintimidasi, atau merugikan seseorang. Faktor-faktor yang dapat menyebabkan *cyberbullying* menurut Andriani dkk, (2021) meliputi *celebrity worship* terhadap idola, anonimitas dan kurangnya pengawasan di media sosial, serta kurangnya pemahaman mengenai *cyberbullying*. *Celebrity worship* menjadi salah satu pendorong yang kuat karena individu dengan ikatan emosional yang kuat terhadap idola cenderung membela idolanya dengan menyerang atau memberikan komentar negatif kepada pihak yang dianggap menghina, mengkritik, atau tidak setia terhadap fandom. Selain itu, penggunaan anonimitas, seperti nama samaran dan foto idola, serta kurangnya pengawasan di media sosial dapat membuat penggemar merasa lebih aman dalam memberikan komentar negatif. Kurangnya pemahaman mengenai *cyberbullying* juga dapat menyebabkan penggemar kesulitan membedakan antara tindakan membela idola dengan perilaku penindasan di media sosial.

Aspek-aspek *cyberbullying* yang dikemukakan oleh Willard (2007) meliputi *flaming* yaitu mengirim pesan berisi kata-kata kasar, marah, atau penuh emosi di forum online, email, atau chat. *Harassment* yaitu mengganggu atau melecehkan seseorang dengan cara mengirim pesan berulang-ulang yang bersifat menghina atau menyakitkan. *Denigration* yaitu menyebarkan rumor, gosip, atau fitnah mengenai suatu individu di internet yang tujuannya berupa menghancurkan reputasi ataupun hubungan sosialnya. *Impersonation* yaitu menyamar menjadi orang lain secara *online*, biasanya dengan mencuri akun ataupun membuat akun palsu, lalu mengirimkan pesan atau unggahan yang merugikan orang tersebut. *Outing* yaitu membagikan informasi pribadi, foto, ataupun rahasia suatu individu dengan tidak menyertakan izin sehingga memperlakukan korban. *Trickery* yaitu mengelabui orang lain agar memberikan informasi pribadi atau rahasia, lalu menyebarkannya ke publik. *Exclusion* yaitu perilaku dengan sengaja mengeluarkan atau mengabaikan seseorang dari grup online, sehingga membuat orang merasa terasingkan. *Cyberstalking* yaitu mengganggu atau mengancam seseorang secara terus-menerus hingga menimbulkan rasa takut atau bahaya.

Salah satu fandom K-Pop yang memiliki basis penggemar besar dan aktif di Indonesia adalah *Carat*, yaitu penggemar grup K-Pop *Seventeen*. *Seventeen* merupakan *boygroup* asal Korea Selatan yang debut pada tahun 2015 di bawah naungan *Pledis Entertainment* dan dikenal memiliki keterlibatan tinggi dalam proses produksi musik mereka. Popularitas *Seventeen* yang terus meningkat di Indonesia turut diikuti oleh semakin besarnya komunitas *Carat*. Penggemar tidak hanya memberikan dukungan melalui pembelian album dan *merchandise*, tetapi juga aktif mengikuti berbagai aktivitas idola melalui media sosial, melakukan *streaming*, *voting*, serta berpartisipasi dalam diskusi daring. Intensitas interaksi tersebut menjadikan fandom memiliki peran penting dalam membentuk identitas sosial dan emosional penggemar (Haq dkk., 2025).

Keterikatan yang kuat terhadap idola dapat berkembang menjadi *celebrity worship* ketika penggemar semakin terabsorpsi dalam kehidupan selebriti. Berdasarkan *absorption-addiction model* McCutcheon, Lange, dan Houran (2002), keterlibatan tersebut dapat berkembang menjadi keterikatan yang obsesif. Aruguete dkk (2024) juga menunjukkan bahwa *celebrity worship* berkaitan dengan *obsessive passion* dan ekstremisme. Keterikatan yang tinggi terhadap idola dapat mendorong penggemar untuk mempertahankan dan membela idolanya, termasuk melalui perilaku agresif di media sosial. Sejalan dengan hal tersebut, Panggabean dkk (2024) menemukan bahwa *celebrity worship* berpengaruh terhadap agresivitas penggemar K-Pop sebesar 11%.

Keterikatan emosional yang tinggi antara penggemar dengan idola dapat berkembang menjadi hubungan parasosial yang memunculkan *celebrity worship*. McCutcheon dalam Mutiara dkk (2024) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai bentuk pemujaan terhadap figur selebriti yang berkembang menjadi hubungan parasosial satu arah sehingga memunculkan rasa kepemilikan, keterikatan emosional, hingga obsesi terhadap idola. *Celebrity worship* tidak hanya ditunjukkan melalui dukungan terhadap aktivitas idola, tetapi juga melalui pengorbanan waktu, tenaga, serta keterlibatan emosional yang tinggi dalam kehidupan idola. Pada tingkat tertentu,

---

*celebrity worship* dapat mengganggu fungsi kehidupan normal individu dan memunculkan perilaku fanatik (Maltby dkk., 2003).

Mccutcheon, Lange, & Houran (2002) mengklasifikasikan *celebrity worship* menjadi tiga dimensi, yaitu *Entertainment-Social* sebagai tingkat paling ringan, di mana individu memandang selebriti sebagai stimuli hiburan serta topik dalam interaksi sosial. *Intense-Personal* yaitu keterlibatan emosional yang lebih dalam, ditandai dengan hubungan parasosial yang mendalam dan perasaan kedekatan yang kuat terhadap selebriti. *Borderline-Pathological* yaitu tingkat paling ekstrim, ditandai dengan delusi mengenai hubungan timbal balik yang tidak realistis serta hilangnya kontrol diri dalam memanifestasikan kekaguman.

Tingginya *celebrity worship* dapat memunculkan rasa kepemilikan dan loyalitas yang kuat terhadap idola sehingga penggemar cenderung memberikan pembelaan ketika idola mendapatkan kritik maupun ancaman. *Fanatisme* yang tinggi diketahui memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku agresi verbal (Wahyuni dkk., 2024). Dalam konteks media sosial, agresi verbal tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk *cyberbullying* terhadap pihak yang dianggap menyerang atau merendahkan idola mereka. Beberapa kasus *cyberbullying* bahkan melibatkan selebriti K-Pop sebagai korban dan memberikan dampak psikologis yang serius, seperti kasus Goo Hara yang mengalami berbagai serangan di media sosial sebelum akhirnya mengakhiri hidup pada tahun 2019 (Silvyana dkk., 2024).

Penggemar K-Pop, khususnya remaja hingga dewasa awal, merupakan pengguna media sosial yang aktif dan berpotensi terlibat dalam interaksi daring, termasuk *cyberbullying*. Andriani dkk, (2020) menemukan adanya keterlibatan penggemar K-Pop di Indonesia sebagai korban maupun pelaku *cyberbullying*. Sejalan dengan itu, Anwar dkk (2023) menunjukkan bahwa tingginya penggunaan internet pada penggemar K-Pop berkaitan dengan munculnya *cyberbullying*, sedangkan Ameliani dan Safari (2025) menemukan bahwa fanatisme berperan terhadap *cyberbullying* pada penggemar K-Pop usia 12–23 tahun. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan dalam fandom dapat berkaitan dengan perilaku agresif di ruang digital, sehingga *celebrity worship* menjadi salah satu faktor psikologis yang penting untuk dikaji. Pada kelompok dewasa muda, individu berada dalam periode *emerging adulthood* yang ditandai dengan eksplorasi identitas dan perubahan peran kehidupan (Arnett, 2000). *Celebrity worship* pada penggemar K-Pop juga ditemukan pada kelompok dewasa muda (Yugiputri & Halim, 2022).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *fanatisme* dalam komunitas penggemar K-Pop memiliki hubungan dengan perilaku *cyberbullying* (Azizah, 2024). Selain itu, Nabelliasari (2023) menemukan bahwa penggemar dengan tingkat keterikatan yang tinggi terhadap idola cenderung melakukan serangan verbal secara daring sebagai bentuk pembelaan terhadap idola mereka. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi keterikatan emosional penggemar terhadap idola, maka semakin besar kemungkinan munculnya perilaku agresif di media sosial. Namun demikian, penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan antara *celebrity worship* dengan perilaku *cyberbullying* pada penggemar grup K-Pop *Seventeen (Carat)* di Indonesia masih sangat terbatas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dengan perilaku *cyberbullying* pada penggemar grup K-Pop *Seventeen (Carat)* di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian psikologi sosial terkait dinamika perilaku penggemar K-Pop di media sosial serta menjadi bahan pertimbangan dalam upaya pencegahan perilaku *cyberbullying* dalam komunitas fandom.

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dengan perilaku *cyberbullying* pada penggemar grup K-Pop *Seventeen (Carat)*. Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar grup K-Pop *Seventeen (Carat)* yang mengikuti akun media sosial resmi *Seventeen*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden berusia 14–29 tahun dan mengikuti akun media sosial resmi *Seventeen*. Data penelitian diperoleh dari 201 responden, namun setelah dilakukan transformasi data dan penghapusan outlier, jumlah subjek yang digunakan dalam analisis penelitian sebanyak 194 responden.

Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan *Google Form* melalui dua skala psikologi yang disusun oleh peneliti. Skala Perilaku *Cyberbullying* disusun berdasarkan delapan aspek yang dikemukakan oleh (Willard, 2007), yaitu *flaming*, *harassment*, *denigration*, *impersonation*, *outing*, *trickery*, *exclusion*, dan *cyberstalking*. Hasil uji coba menunjukkan 30 aitem memenuhi kriteria daya beda ( $r_{ix} = 0,302–0,585$ ) dengan koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,865. Skala *Celebrity Worship* disusun berdasarkan tiga dimensi yang dikemukakan oleh (Mccutcheon dkk., 2002), yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, dan *borderline-pathological*. Hasil uji coba menunjukkan 22 aitem memenuhi kriteria daya beda ( $r_{ix} = 0,301–0,618$ ) dengan koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,860. Validitas instrumen diuji melalui expert judgement oleh dosen pembimbing, sedangkan uji daya beda aitem menggunakan analisis *Corrected Item-Total Correlation* dengan kriteria  $r_{ix} \geq 0,30$ .

Analisis data dilakukan menggunakan program IBM SPSS *Statistics* versi 26 melalui uji asumsi yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Setelah data memenuhi asumsi statistik parametrik, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dengan perilaku *cyberbullying* pada penggemar grup K-Pop *Seventeen (Carat)*.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Subjek Penelitian

Penelitian ini melibatkan 201 responden yang merupakan penggemar grup K-Pop *Seventeen (Carat)* yang memenuhi kriteria penelitian. Setelah dilakukan transformasi data dan penghapusan outlier, jumlah subjek yang digunakan dalam analisis penelitian sebanyak 194 responden. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden berjenis

kelamin perempuan sebanyak 199 orang (99%), sedangkan responden laki-laki sebanyak 2 orang (1%).

Tabel 1. Data Jenis Kelamin Subjek

| Jenis Kelamin | Jumlah |
|---------------|--------|
| Perempuan     | 199    |
| Laki-laki     | 2      |
| Total         | 201    |

### Uji Normalitas dan Uji Linearitas

Hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa variabel *Celebrity Worship* memiliki nilai KS-Z sebesar 0,049 dengan signifikansi 0,200 ( $p > 0,05$ ), sedangkan variabel *Cyberbullying* memiliki nilai KS-Z sebesar 0,061 dengan signifikansi 0,078 ( $p > 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel penelitian berdistribusi normal. Hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi pada *Linearity* sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) dan nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,440 ( $p > 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* bersifat linear.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

| Variabel                      | KS-Z  | Sig   | p       | Keterangan |
|-------------------------------|-------|-------|---------|------------|
| Perilaku <i>Cyberbullying</i> | 0,061 | 0,078 | $>0,05$ | Normal     |
| <i>Celebrity worship</i>      | 0,049 | 0,200 | $>0,05$ | Normal     |

### Uji Hipotesis

Hasil analisis korelasi *Pearson Product Moment* menunjukkan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,334 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,01$ ). Hasil tersebut menunjukkan terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara *celebrity worship* dengan perilaku *cyberbullying* pada penggemar grup K-Pop *Seventeen (Carat)*. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima. Semakin tinggi tingkat *celebrity worship* yang dimiliki penggemar, semakin tinggi pula kecenderungan melakukan *cyberbullying*. Nilai R Square sebesar 0,112 menunjukkan bahwa *celebrity worship* memberikan sumbangan efektif sebesar 11,2% terhadap *cyberbullying*.

### Deskripsi Variabel

Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa perilaku *cyberbullying* responden cenderung berada pada kategori sangat rendah. Sebanyak 157 responden (80,9%) berada pada kategori sangat rendah, 36 responden (18,6%) berada pada kategori rendah, dan 1 responden (0,5%) berada pada kategori sedang. Tidak terdapat responden yang berada pada kategori tinggi maupun sangat tinggi.

Tabel 3. Deskripsi Skor pada Skala Perilaku *Cyberbullying*

|               | Empirik | Hipotetik |
|---------------|---------|-----------|
| Skor Minimum  | 0,00    | 0         |
| Skor Maksimum | 52,00   | 120       |
| Mean          | 17,55   | 60        |

|                 |       |    |
|-----------------|-------|----|
| Standar Deviasi | 13,03 | 20 |
|-----------------|-------|----|

Tabel 4. Norma Kategorisasi Skala Perilaku *Cyberbullying*

| Norma            | Kategorisasi  | Jumlah | Presentase |
|------------------|---------------|--------|------------|
| $90 < 120$       | Sangat Tinggi | 0      | 0%         |
| $70 < X \leq 90$ | Tinggi        | 0      | 0%         |
| $50 < X \leq 70$ | Sedang        | 1      | 0,5%       |
| $30 < X \leq 50$ | Rendah        | 36     | 18,6%      |
| $0 \leq 30$      | Sangat Rendah | 157    | 80,9%      |

Pada variabel *celebrity worship*, mayoritas responden berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 87 responden (44,8%). Sebanyak 55 responden (28,4%) berada pada kategori tinggi, 41 responden (21,1%) berada pada kategori rendah, 8 responden (4,1%) berada pada kategori sangat tinggi, dan 3 responden (1,5%) berada pada kategori sangat rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar *Seventeen (Cerat)* memiliki tingkat *celebrity worship* pada taraf sedang.

Tabel 5. Deskripsi Skor pada Skala *Celebrity Worship*

|                        | Empirik | Hipotetik |
|------------------------|---------|-----------|
| <b>Skor Minimum</b>    | 36,00   | 22        |
| <b>Skor Maksimum</b>   | 79,00   | 88        |
| <b>Mean</b>            | 56,24   | 55        |
| <b>Standar Deviasi</b> | 8,61    | 11        |

Tabel 6. Norma Kategorisasi Skala *Celerity Worship*

| Norma                | Kategorisasi  | Jumlah | Presentase |
|----------------------|---------------|--------|------------|
| $71,5 < 88$          | Sangat Tinggi | 8      | 4,1%       |
| $60,5 < X \leq 71,5$ | Tinggi        | 55     | 28,4%      |
| $49,5 < X \leq 60,5$ | Sedang        | 87     | 44,8%      |
| $38,5 < X \leq 49,5$ | Rendah        | 41     | 21,1%      |
| $36 \leq 38,5$       | Sangat Rendah | 8      | 1,5%       |

## Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara *celebrity worship* dengan *cyberbullying* pada penggemar grup K-Pop *Seventeen (Cerat)*. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *celebrity worship* yang dimiliki penggemar, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk melakukan perilaku *cyberbullying*. Keterikatan emosional yang kuat terhadap idola dapat mendorong penggemar untuk melakukan berbagai bentuk pembelaan terhadap idola, termasuk melalui perilaku agresi verbal di media sosial.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *celebrity worship* pada penggemar grup K-Pop *Seventeen (Cerat)* berada pada kategori sedang, sedangkan perilaku *cyberbullying* berada pada kategori sangat rendah. Rendahnya *cyberbullying* dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahwa perilaku dipengaruhi oleh niat yang terbentuk melalui sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Pabian dan Vandebosch (2014) menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut berperan dalam membentuk niat melakukan *cyberbullying*.

Dengan demikian, meskipun *celebrity worship* berhubungan positif dengan *cyberbullying*, hubungan tersebut tidak secara langsung menyebabkan individu melakukan *cyberbullying*. Rendahnya perilaku tersebut dapat berkaitan dengan norma sosial yang tidak mendukung perundungan serta pertimbangan terhadap konsekuensi perilaku.

Temuan penelitian ini sejalan dengan pendapat (Mccutcheon dkk., 2002) yang menyatakan bahwa *celebrity worship* merupakan bentuk keterikatan psikologis yang dapat berkembang menjadi keterlibatan emosional yang intens terhadap selebriti. Selain itu, penelitian (Nabelliasari, 2023) menunjukkan bahwa penggemar dengan tingkat keterikatan yang tinggi terhadap idolanya cenderung melakukan serangan verbal secara daring sebagai bentuk pembelaan terhadap idola yang dianggap memperoleh ancaman maupun kritik. Penelitian Fauziyyah (2024) juga menunjukkan bahwa *fanatisme* dalam komunitas penggemar K-Pop memiliki hubungan dengan meningkatnya perilaku *cyberbullying* di media sosial.

Meskipun demikian, hasil kategorisasi menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat *cyberbullying* yang sangat rendah dan tingkat *celebrity worship* yang berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa keterikatan emosional terhadap idola tidak selalu mengarah pada perilaku *cyberbullying*. Sebagian besar penggemar masih mampu mengekspresikan dukungan dan keterlibatan terhadap idolanya secara adaptif tanpa melakukan tindakan yang merugikan pihak lain di media sosial. Selain itu, sumbangan efektif *celebrity worship* terhadap *cyberbullying* hanya sebesar 11,2%, sehingga terdapat faktor-faktor lain yang turut memengaruhi perilaku *cyberbullying*.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan pada pada penggemar grup K-Pop *Seventeen* (Carat), mampu diambil simpulan mengenai terdapatnya hubungan positif yang sangat signifikan antara *celebrity worship* dengan perilaku *cyberbullying*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *celebrity worship* pada penggemar, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku *cyberbullying*. Sebaliknya, semakin rendah tingkat *celebrity worship*, semakin rendah pula kecenderungan perilaku *cyberbullying* pada penggemar grup K-Pop *Seventeen* (Carat). Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat *celebrity worship* pada kategori sedang dan perilaku *cyberbullying* pada kategori sangat rendah.

Berdasarkan simpulan tersebut, penggemar grup K-Pop *Seventeen* (Carat) diharapkan mampu mempertahankan ketertarikan dan dukungan terhadap idola secara positif dan proporsional serta lebih bijak dalam menggunakan media sosial dengan menghindari perilaku yang mengarah pada *cyberbullying* ketika berinteraksi dengan pengguna lain maupun dalam membela idola yang disukai. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji faktor-faktor lain yang berhubungan dengan *cyberbullying*, seperti kontrol diri, regulasi emosi, anonimitas, maupun *fanatisme*, serta memperluas karakteristik subjek penelitian dengan melibatkan fandom K-Pop lainnya sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai hubungan antara *celebrity worship* dan *cyberbullying*.

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Afralia, A., & Safitri, D. (2024). Analisis penyebab maraknya cyberbullying di era digital pada remaja. In *Mutiara Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* (Vol. 2, Number 2). <https://jurnal.tiga-mutiara.com/index.php/jimi/index>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ameliani, T. F. K., & Safari, T. (2025). The moderating role of empathy in the relationship between fanaticism and cyberbullying among adolescent k-pop fans on social media. *Jurnal Sains Psikologi*, 14(1), 56–70. <https://doi.org/10.17977/um023v14i12025p56-70>
- Andriani, Anwar, C. R., Akram, N. F., & Alimuddin, N. A. (2020). Cyberbullying among teenage K-pop fans. *Jurnal Psikologi Pendidikan & Konseling*, 6(2), 9–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.26858/jppk.v6i2.16696>
- Anwar, C. R., Arnidah, A., & Lidayni, A. (2023). Developing A Digital Model As A Literature For Preventing And Overcoming Cyberbullying Among Children And Teenagers K-Pop Fans. *Journal of Educational Science and Technology (EST)*, 9(3), 203. <https://doi.org/10.26858/est.v9i3.38935>
- Ardiana, O. D., Narindra, R. A., Syah, A. Z., Azzahra, D., & Prasetyo, H. (2024). Pengaruh media sosial terhadap terungkapnya kasus bullying di sma binus serpong. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 2(3), 224–232. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11652674>
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Aruguete, M. S., Grieve, F., Zsila, Á., Horváth, R., Demetrovics, Z., & McCutcheon, L. E. (2024). The absorption-addiction model of celebrity worship: in search of a broader theoretical foundation. *BMC Psychology*, 12(1), 1–10. <https://doi.org/10.1186/s40359-024-01733-6>
- Azizah, F. N. (2024). Dinamika fanatisme terhadap perilaku cyberbullying dalam komunitas penggemar K-pop di media sosial X (Skripsi tidak diterbitkan). Universitas Pendidikan Indonesia. [https://repository.upi.edu/119766/8/S\\_SOS\\_2006283\\_Title.pdf](https://repository.upi.edu/119766/8/S_SOS_2006283_Title.pdf)
- Efianingrum, A., Irene Astuti Dwiningrum, S., & Nurhayati, R. (2020). Cyberbullying pelajar SMA di media sosial .... In *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan*

---

*Aplikasi* (Vol. 8, Number 2, pp. 144–153).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.21831/jppfa.v8i2.38300>

- Haq, N. H., & Novianto Adibayu Pamungkas, I. (2025). Identitas komunikasi penggemar fanatik komunitas nctzen. *Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(3), 1795–1804. <https://doi.org/10.38035/rj.v7i3>
- Maltby, J., Houran, J., & Mccutcheon, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29.
- Mccutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, 93, 67–87.
- Mutiara, G., Anjani, D., Made, N., & Wulanyani, S. (2024). Perilaku celebrity worship pada penggemar k-pop: sebuah kajian literatur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(22), 606–616. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14574645>
- Nabelliasari, I. (2023). Hubungan antara celebrity worship dengan cyber aggression pada penggemar kpop usia dewasa awal dalam platform twitter.
- Pabian, S., & Vandebosch, H. (2014). Using the theory of planned behaviour to understand cyberbullying: The importance of beliefs for developing interventions. *European Journal of Developmental Psychology*, 11(4), 463–477. <https://doi.org/10.1080/17405629.2013.858626>
- Panggabean, T., Wulandari, N. W., & Taufiqurrahman. (2024). Adolescent aggressiveness of Korean pop fans viewed from celebrity worship tendencies. *Psikologia: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 19(1), 42–47. <https://doi.org/10.32734/psikologia.v19i1.14247>
- Kirana, P.J., Alisah, M. J., Putri, M. E., Puriani, R. A., & Novirson, R. (2025). Cyberbullying: pola perilaku, faktor pemicu, dan dampak psikologis. *Jurnal Nakula : Pusat Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Ilmu Sosial*, 3(3), 192–199. <https://doi.org/10.61132/nakula.v3i3.1813>
- Silvyana, A., Zefanya, B., Nurpadilah, F. H., Nurhaliza, J., Putri, T. S., Nazirah, N., & Rudiana, R. (2024). Upaya penanganan cyberbullying di media sosial: studi perbandingan antara indonesia dan korea selatan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1152. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.5455>
- Wahyuni, N. S., Yulina, E., Nurasmita, T., & Patrisia, P. (2024). Hubungan fanatisme dengan agresi verbal pada remaja penggemar k-pop di twitter. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan*, 5(3), 862–866. <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v5i3.501>

- 
- Willard, N. E. (2007). Cyberbullying and cyberthreats: responding to the challenge of online social aggression, threats, and distress. United States of America: Research Press.
- Yugiputri, V. V., & Halim, M. S. (2022). A descriptive study of personality on female young adult fans with celebrity worship towards k-pop boy-band. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 655, 1628–1632. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.263>
- Zhu, C., Huang, S., Evans, R., & Zhang, W. (2021). Cyberbullying among adolescents and children: a comprehensive review of the global situation, risk factors, and preventive measures. In *Frontiers in Public Health* (Vol. 9). Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.634909>