

BAB I PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Partisipan atau simpatisan partai politik sering melakukan agresivitas verbal di media sosial, banyak sekali insiden yang terjadi pada saat proses pemilu di media sosial yang sedang berlangsung secara verbal yang merupakan manifestasi perilaku agresivitas verbal. Ada banyak sekali ditemukan konflik-konflik kekerasan yang terjadi di antara para partisipan partai politik, baik pendukung calon presiden, bupati, walikota, dan gubernur. Konflik lokal dengan berbagai bentuk kekerasan dan aksi anarki lainnya juga kerap kali mewarnai proses pemilu Muhtar (2013).

Media sosial dijadikan sebagai strategi komunikasi politik adalah merupakan relatif baru dan menjadi fenomena hangat hingga kini. Misalnya, yang paling mendapat sorotan, yaitu ketika kampanye politik kandidat presiden Amerika Serikat, Barac Obama dan tim suksesnya pada 2008 menggunakan media baru untuk menyebarkan informasi seputar program dan kegiatan kampanye dalam rangka menggalang simpati dan dukungan masyarakat Amerika pada saat itu. Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik yang paling marak ketika pemilihan presiden Republik Indonesia pada 2014. Maraknya media sosial di dunia maya atau media sosial dalam kampanye pemilihan presiden 2014 berkaitan dengan makin banyaknya pengguna *internet* di negeri ini.

Varian media sosial yang tengah berkembang dan banyak diminati orang adalah *Facebook*, *Twitter*, *WhatsApp*, *Youtube*, dan sebagainya. Media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan *internet*. Media sosial sebagai sarana komunikasi memiliki peran membawa orang (penggunanya) untuk berpartisipasi secara aktif dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, baik untuk membagi informasi maupun memberi respon secara *online* dalam waktu yang cepat, oleh karena itu melalui media sosial, partisipan partai politik dapat melakukan komunikasi politik dengan para pendukung atau konstiuennya, yaitu untuk membangun atau membentuk opini publik dan sekaligus memobilisasi dukungan politik secara masif. Pemanfaatan media sosial juga telah meningkatkan jaringan komunikasi politik, relasi politik dan partisipasi politik masyarakat dalam pemilu. Sering kita jumpai dalam masa-masa kampanye politik para kandidat calon kepala-

daerah yang sedang maju dalam kompetisi pemilihan kepala daerah, maupun kandidat calon presiden dalam pemilihan presiden, dan dalam pemilihan anggota legislatif.

Pengguna *internet* saat ini jumlahnya terus meningkat. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019 kuartal II/2020 mencatat, jumlah pengguna *internet* di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 23,5 juta atau 8,9 % dibandingkan pada 2018 lalu. Jumlah pengguna *internet* paling banyak berasal dari provinsi Jawa Barat, yakni 35,1 juta orang. Posisi itu disusul Jawa Tengah dengan 26,5 juta orang, lalu Jawa Timur, jumlah dengan 23,4 juta orang, ementara jumlah pengguna *internet* di Sumatera Utara mencapai 11,7 juta orang dan di Banten mencapai 9,98 juta orang, adapun jumlah pengguna *internet* di Jakarta mencapai 8,9 juta orang. Survei APJII melalui kuesioner dan wawancara terhadap 7.000 sampel, dengan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) 1,27 %. Riset dilakukan pada 2-25 Juni 2020 (katadata.co.id).

Pengguna *internet* yang terus meningkat pada kenyataannya belum seluruhnya bertanggungjawab. Rentang tahun 2008-2019, sebagaimana dirangkum oleh Safenet (2018), ada 275 orang yang terkena korban UU ITE. Mereka terdiri dari ragam profesi dan latar belakang; guru, murid, aktivis, karyawan, penulis, mahasiswa, ibu rumah tangga, advokat, hingga musisi. Banyak jumlah korban UU ITE terdapat di kota-kota besar, di mana infrastruktur telekomunikasi dan pengguna media sosialnya jauh lebih baik dan lebih banyak. Meskipun di daerah-daerah luar pulau Jawa juga tidak sedikit korban UU ITE. Khusus untuk wilayah Jakarta, kita bisa melihat bahwasanya ada 97 korban UU ITE. Data sebaran geografi korban UU ITE setidaknya menunjukkan dua hal yang saling terkait, di kota-kota besar jumlahnya cukup banyak, menunjukkan bahwa mereka mengerti perangkat hukum untuk menjebloskan orang ke dalam penjara ketika mereka tidak menyukainya (detik.com).

Media sosial dipandang efektif dalam memasarkan di bidang politik, profesi *buzzer* atau *influencer* menjadi sebuah keharusan untuk ada dalam proses marketing partai politik maupun pemilihan kepala daerah atau kepala negara. *Buzzer* dianggap salah satu aktor paling penting dalam penggalangan opini di dunia maya yang menjalankan fungsi pemasaran. Pemakaian istilah *buzzer* di media sosial saat pemilihan kepala daerah (pilkada) dan pemilihan umum (pemilu) presiden cenderung diidentikkan dengan penggunaan strategi kampanye negatif sehingga membuat istilah tersebut terkesan negatif. Pemilihan kepala daerah dan pemilihan umum, banyak kandidat kepala daerah yang-

menggunakan jasa *buzzer* dan mereka biasanya sudah organik dan menyatu dalam tim sukses pasangan calon, bisa juga adalah kader dari partai tertentu. *Buzzer* merupakan salah satu ujung tombak kesuksesan seorang calon kepala daerah/negara dalam masa proses pemilihan berlangsung karena tidak hanya melakukan fungsi marketing semata, namun juga bekerja untuk menjatuhkan serta menjelek-jelekkan pasangan-pasangan calon lainnya (termasuk menyerang dengan ujaran kebencian dalam berbagai bentuk). Sebaliknya mereka juga melakukan pembelaan terhadap salah satu pasangan calon yang didukung.

Bentuk agresivitas verbal di wilayah politik beragam, diantaranya yang pertama adalah penghinaan atau pencemaran nama baik (pasal 27 ayat 3 UU ITE) menyebut melarang setiap orang dengan sengaja dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik. Kedua adalah ujaran kebencian (pasal 28 ayat 2 UU ITE). Ketiga yaitu berita bohong atau *hoax* (pasal 28 ayat 1 UU ITE). Keempat melakukan kampanye berupa menghasut, memfitnah, mengadu domba partai politik, perseorangan, dan/atau kelompok masyarakat merupakan bentuk kampanye hitam dan pelakunya dapat dipidana penjara dan/atau denda (idntimes.com).

Kendati demikian, pemanfaatan media sosial sebagai sarana membangun atau membentuk opini publik tidak selalu berjalan dengan mulus, bahkan berpotensi memunculkan kerawanan konflik yang akan terjadi dengan banyak variasi. Kasus Ahmad Dhani yang dilaporkan polisi oleh aktivis media sosial misalnya. Ahmad Dhani dilaporkan usai diduga menyebarkan kebencian di akun *Twitter*-nya. Ada tiga cuitan Dhani yang dibawa ke polisi. Cuitan pertama berbunyi: "*Yang menistakan agama si Ahok...yang diadili KH Ma'ruf Amin*". Sementara itu pada cuitan kedua Ahmad Dhani menulis: "*Siapa saja dukung penista agama adalah bajingan yang perlu diludahi mukanya – ADP*". Sedangkan cuitan ketiga berbunyi "*Kalimat sila pertama KETUHANAN YME, PENISTA Agama jadi Gubernur...kalian WARAS??? – ADP*". Sederet cuitan tersebut diakui Dhani diunggahkannya sendiri pada 7 Februari dan 6 Maret 2017 (cnnindonesia.com/nasional/2019).

Membangun kepercayaan publik partai politik beserta partisipannya sering melakukan langkah-langkah dengan cara apapun, tak jarang juga menimbulkan agresivitas verbal di media sosial untuk menjatuhkan lawan politiknya. Dewasa ini Indonesia mencatat bahwa gejala konflik horizontal sering terjadi ketika lawan partai politiknya berbeda pandangan, seperti kasus penangkapan anggota KAMI, salah satu kelompok yang kritis terhadap pemerintah, terjadi di tengah polemik soal "aktor intelektual" di balik kerusuhan dalam unjuk rasa-

menentang Undang-Undang Cipta Kerja. Polri Brigjen Awi Setiono mengonfirmasi juga mengungkap bahwa 8 Aktivistis KAMI ditangkap polisi atas sangkaan "*memberikan informasi yang menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan terhadap individu atau kelompok tertentu berdasarkan SARA dan penghasutan*" (cnnindonesia.com). Kutipan tersebut menjadikan gambaran perilaku agresivitas verbal yang terjadi pada partai politik dan membantu mengumpulkan kajian dari agresivitas verbal.

Implementasi pengguna *internet* pada aktivitas politik tidak terhindarkan dari adanya agresivitas verbal yang berpotensi melanggar UUD 1945 dan UU ITE. Aktivitas penggunaan *internet* menyentuh beberapa aspek, terutama aspek politik. Bentuk implementasi penggunaan *internet* dalam aktivitas politik adalah terjadinya fenomena agresivitas verbal yang terjadi saat pemilihan umum, yang dilakukan oleh partisipan partai politik menjelang pemilihan presiden 2014, membuat banyak akun *twitter* melakukan kampanye negatif dan kampanye hitam. Salah satunya adalah akun @triomacan2000 yang menghina-hina salah satu calon presiden dan calon wakil presiden (hukumonline.com). Partisipan partai politik yang kalah dalam pemilu meletakkan agresivitas verbal pada selain partainya, baik partai lain maupun pemerintah, karena dorongan frustrasi yang kuat memunculkan perilaku agresi untuk menyerang siapapun sebagai objek sumber rasa kecewa dan tak memperdulikan norma-norma sosial (Dika, 2018).

Baron dan Byrne (1994) menjelaskan bahwa agresivitas verbal adalah perilaku yang bertujuan untuk melukai orang lain, baik secara fisik maupun psikis. Agresivitas bukan hanya perilaku memukul, menendang, merusak. Menghujat dan menyindir juga termasuk perilaku agresi. Korban agresivitas verbal ini akan merasakan sakitnya secara fisik maupun psikologis. Muhtar (2013) mengungkapkan bahwa ada banyak sekali ditemukan konflik-konflik kekerasan yang terjadi di antara para partisipan partai politik, baik pendukung calon bupati, walikota, dan gubernur. Konflik lokal dengan berbagai bentuk kekerasan dan aksi anarki lainnya juga kerap kali mewarnai proses pemilihan umum. Banyak sekali insiden yang terjadi pada saat proses pemilihan umum yang sedang berlangsung, yang secara verbal merupakan manifestasi perilaku agresivitas verbal. Tindakan menyerang pribadi lawan politiknya, menyebar berita bohong dan pencemaran nama baik yang terjadi pada saat pemilihan umum di sebut dengan agresivitas verbal.

Akibat agresivitas verbal di media sosial terjadi saling serang baik melalui media sosial maupun gesekan di dunia nyata (Dika, 2018). Secara psikologis, agresivitas merupakan tingkah laku fisik atau verbal yang ditujukan pada suatu obyek atau person dan menyebabkan kerugian atau sakit (Kamus Filsafat &-

Psikologi, 1993). Agresivitas verbal ialah komponen motorik seperti melukai dan menyakiti orang lain melalui ungkapan verbal, misalnya berdebat menunjukkan ketidaksukaan atau ketidaksetujuan, menyebar gossip, dan kadang bersikap sarkastis (Buss & Perry, 1992).

Terdapat beberapa penyebab perilaku agresivitas verbal pada penelitian sebelumnya Muller & Godwin (1984) dalam penelitiannya *democratic and aggressive political participation: Estimation of a Nonrecursive model* menemukan bahwa ideologi yang ekstrem memberikan pengaruh terjadinya partisipasi agresivitas verbal. Individu yang fanatik dengan ideologi yang dianut oleh partainya akan cenderung sulit menerima ideologi dari partai lain, sehingga apabila ideologi tidak diterima oleh kelompok lain mudah baginya untuk berperilaku agresif secara verbal. Agresivitas verbal yang dilakukan oleh penggemar didorong oleh fanatisme, hal ini seringkali berbuah pertikaian dan perkelahian, fanatisme juga dipandang sebagai penyebab menguatnya perilaku kelompok yang menimbulkan agresivitas verbal (Ancok & Suroso, 2011).

Fanatisme adalah suatu keyakinan yang membuat seseorang buta sehingga mau melakukan segala hal apapun demi mempertahankan keyakinan yang dianutnya (Goddard, 2001). Fanatisme dideskripsikan sebagai suatu bentuk antusiasme (*enthusiasm*) dan kesetiaan (*devotion*) yang berlebihan atau ekstrem. *Enthusiasm* di sini mengimplikasikan tingkatan keterlibatan dan ketertarikan atau kepedulian terhadap objek fanatik, sementara "*devotion*" mengimplikasikan keterikatan emosi dan kecintaan, komitmen, serta dibarengi dengan adanya tingkah laku secara aktif (Nugraini, 2016). Pengertian fanatisme menurut para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa fanatisme merupakan sebuah keyakinan terhadap objek fanatik yang kerap kali dikaitkan dengan sesuatu yang berlebihan pada suatu objek, dimana sikap fanatik ini ditunjukkan dengan rasa antusias yang ekstrem, keterikatan emosi dan rasa cinta dan minat yang berlebihan yang berlangsung dalam waktu yang lama, dan sering kali menganggap hal yang mereka yakini merupakan hal yang paling benar adanya sehingga mereka akan cenderung untuk membela dan mempertahankan suatu kebenaran yang mereka yakini, dimana fanatik ini akan semakin berkembang dengan dukungan dari orang sekitar yang tampak pada tingkah laku individu atau kelompok dengan sikap fanatik.

Fanatisme menjadi salah satu pendorong munculnya perilaku agresivitas verbal di media sosial. Salah satu tujuan perilaku agresif secara verbal adalah untuk menyakiti, mendebat dan menunjukkan ketidaksukaan atau ketidaksetujuan. Individu dengan fanatisme memiliki kecenderungan untuk membanggakan apa yang ada pada sisi mereka atau apa yang mereka yakini-

inilah yang kemudian akan dicirikan dengan sikap fanatik, mereka akan membela dan mempertahankan apa yang mereka yakini sebagai suatu kebenaran, karena adanya kecenderungan pemutlakan yang mengarah pada dogmatisasi, segala tindakan dilakukan karena anggapan bahwa paham merekalah yang sah dan ajeg, sehingga segala wujud kritik yang ditujukan pada keyakinannya adalah sesuatu yang tidak diperkenankan (Supelli, 2011). Agresivitas verbal disebabkan oleh adanya perbedaan ideologi yang dianut oleh partisipan (Muller & Godwin, 1984). Ideologi partai di internalisasikan kepada partisipannya agar ideologi partai tidak hilang. Seseorang yang telah menerima ideologi tersebut akan bertindak fanatik mempertahankan keyakinannya. Tindakan fanatisme ini menyebabkan aktivitas partisipan melakukan agresivitas verbal. Hal tersebut sejalan dengan pendapat dari Ancok & Suroso (2011) bahwa fanatisme menjadi penyebab munculnya agresivitas verbal.

Tindakan yang mendasari munculnya perilaku agresivitas verbal dan konflik antar kelompok seringkali dipicu oleh keadaan *ingroup vs out group* sehingga anggota kelompok diwarnai oleh perasaan prasangka (Helmi & Soedardjo, 1998). Salah satu teori prasangka adalah *realistic conflict theory* yang memandang prasangka berakar dari kompetisi sejumlah kelompok sosial terhadap sejumlah komoditas maupun peluang, apabila kompetisi berlanjut maka masing-masing anggota akan memandang anggota kelompok lain sebagai musuh, sehingga jika terdapat isyarat agresi makaperilaku agresi akan muncul (Baron & Byrne, 2004).

Kompetisi dalam merebut kekuasaan sebagai pemimpin di negeri ini mau tidak mau seseorang dalam kelompok atau partai politik akan berjuang sepenuh jiwa agar dapat memenangkan kontestasi politik tersebut. Seperti teori realitas konflik yang sudah dijelaskan di atas, bahwasanya hal mendasar dari konflik realitas ialah persaingan dan kompetisi yang dimana akan ada partai politik yang menang dan kalah. Kontestasi pemilihan umum tahun 2019 lalu ada dua kelompok koalisi partai politik yang saling berkompetisi. Ada Indonesia Hebat yang mengusung Bapak Prabowo-Sandi dan ada Indonesia Maju yang mengusung Bapak Jokowi-Ma'ruf. Kedua partai politik tersebut saling membangun strategi untuk menjadi presiden dan wakilpresiden di negeri ini.

Partisipan partai politik baik di pusat ataupun daerah dengan keras mengkampanyekan kedua pasangan calon tersebut, tak jarang dari dua kelompok tersebut mengalami gesekan dan memunculkan perilaku agresivitas verbal. Seperti kasus seorang calon legislatif Wonogiri dari partai Gerindra, Maryanto. Unggahannya di media sosial Maryanto mengaitkan antara PKI dan Jokowi, karena unggahannya di media sosial tersebut Maryanto ditangkap-

aparatus kepolisian setempat (Kontan.co.id). Prasangka yang ada di dunia ini berasal dari adanya kenyataan untuk bersaing (Taylor, 2009).

Mengenai hal tersebut, terdapat dua sumber ketidakpuasan yang berbeda, *deprivasi egoistic*, suatu perhatian terhadap kepentingan diri sendiri, dan *deprivasi fraternal*, suatu perhatian terhadap kepentingan kelompok (Runciman, 1966). Perbedaan ini sangat penting untuk teori tentang persaingan yang menimbulkan prasangka. Seseorang atau partisipan partai politik tidak ingin kepentingannya dalam mendukung partai politik dikalahkan oleh partisipan partainya. Sama halnya dengan Partai besar tidak ingin kalah dengan partai politik baru dan sebaliknya.

Menurut Baron & Byrne (dalam Rahman, 2014) "*Prasangka adalah salah satu bentuk sikap yang umumnya bersifat negatif terhadap anggota dari suatu kelompok sosial*". Prasangka merupakan salah satu fenomena yang hanya bisa ditemui dalam kehidupan sosial. Prasangka memiliki fungsi heuristik (jalan pintas), yaitu langsung menilai sesuatu tanpa memprosesnya secara terperinci dalam alam pikiran (kognisi). Tujuannya adalah agar individu tidak terlalu lama membuang waktu dan energi untuk sesuatu yang sudah diketahui dampaknya (Sarwono, 2006). Seseorang yang sering kali berprasangka secara berlebihan, maka individu tersebut tidak lagi berpikir secara rasional, sehingga individu tersebut tidak mempertimbangkan kebenaran yang sesungguhnya dan pada akhirnya membuat keputusan yang keliru.

Senada dengan penjelasan di atas, Taylor, Peplau, & Sears (2009) menyatakan bahwa prasangka adalah penilaian negatif atas suatu kelompok atau seseorang berdasarkan pada keanggotaan orang itu dalam suatu kelompok. Objek prasangka dapat berupa individu maupun kelompok. Berdasarkan penelitian Fajar (2009), prasangka terhadap etnis Tionghoa memberikan sumbangan yang efektif terhadap perilaku agresivitas verbal pada kategori sedang dengan persentase sebesar 75,01 %. Artinya prasangka memberikan pengaruh terhadap perilaku agresivitas verbal. Adanya berbagai kepentingan dari kelompok yang berbeda dapat menyebabkan munculnya prasangka pada tiap-tiap kelompok, dimana prasangka tersebut akan meningkatkan kecenderungan untuk berperilaku agresi pada kelompok lain. Sejalan dengan hal ini Jaspars & Warnaen (1982), mengatakan bahwa terdapat dua hal yang seringkali merupakan sumber konflik antar kelompok dan salah satunya adalah prasangka. Berdasarkan beberapa pandangan tentang prasangka, maka dapat disimpulkan bahwa prasangka selalu mengandung semacam kecenderungan dasar yang kurang menguntungkan terhadap individu atau kelompok tertentu. Prasangka yang timbul akan mengakibatkan seseorang untuk berperilaku-

agresivitas verbal. Anggota kelompok yang menjadi sasaran prasangka biasanya dipandang tidak baik dengan kelompok tertentu karena kelompok tersebut memiliki perasaan kurang senang, kecurigaan, was-was, khawatir, ketidakpercayaan, atau adanya permusuhan yang mendalam, serta berpandangan bahwa anggota kelompok tersebut memiliki sifat-sifat individual yang kurang baik terhadap kelompoknya.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian sebelumnya hanya mengaitkan antara fanatisme dengan agresivitas dan penelitian lainnya mengaitkan prasangka dengan agresivitas sehingga belum ada penelitian yang mengaitkan fanatisme dan prasangka dengan perilaku agresivitas verbal. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti apakah ada hubungan fanatisme dan prasangka dengan perilaku agresivitas verbal pada partisipan partai politik di media sosial.

2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah ada hubungan fanatisme dan prasangka dengan agresivitas verbal pada partisipan partai politik di media sosial?
- b. Apakah ada hubungan fanatisme dengan agresivitas verbal pada partisipan partai politik di media sosial?
- c. Apakah ada hubungan prasangka dengan agresivitas verbal pada partisipan partai politik di media sosial?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui hubungan fanatisme dan prasangka dengan agresivitas verbal pada partisipan partai politik di media sosial.
- b. Untuk mengetahui hubungan fanatisme dengan agresivitas verbal pada partisipan partai politik di media sosial
- c. Untuk mengetahui hubungan prasangka dengan agresivitas verbal pada partisipan partai politik di media sosial

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi ilmuwan psikologi sehingga memperkaya ilmu pengetahuan khususnya di-

bidang psikologi dan manfaat bagi perkembangan ilmu psikologi yaitu khususnya ilmu psikologi sosial yang berkaitan dengan penelitian agresivitas verbal.

b. Manfaat praktis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat:

- 1) Dalam menangani berbagai macam kasus agresivitas verbal yang terjadi di media sosial.
- 2) Dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian berikutnya yang serupa dengan penelitian ini.

C. Keaslian Penelitian

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan dalam penulis untuk memperkaya berbagai teori yang digunakan dalam penelitian ini. Dari berbagai penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan judul yang sama persis dengan apa yang sedang menjadi penelitian penulis saat ini. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebelumnya sebagai referensi untuk memperkaya bahan kajian dalam penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini adalah mengenai fanatisme dan prasangka sebagai variabel bebas dan perilaku agresivitas sebagai variabel tergantung. Berikut beberapa penelitian mengenai agresivitas telah diteliti sebelumnya:

1. Penelitian Doddy Amfri Asnan Dika (2018). Hubungan prasangka dengan perilaku agresi partisipan partai politik dan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rancangan *cluster random sampling*. Subyek dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan uji Korelasi *Spearman's Rhoxy* sebesar 0,705 dengan signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$) maka terdapat hubungan positif yang signifikan antara prasangka dengan perilaku agresi partisipan partai politik. Artinya semakin tinggi prasangka maka semakin meningkat perilaku agresi partisipan partai politik.
2. Penelitian Jenni Eliani, M. Salis Yuniardi dan Alifah Nabilah Masturah (2018). Fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar idola *K-pop* dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Subjek penelitian ini adalah penggemar idola *K-pop* berjumlah 915 orang. Data dikumpulkan dengan skala fanatisme dan agresi verbal dalam skala sosial media. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi formulir *google (google form)* yang berisi instrumen penelitian, yang disebarikan melalui forum media sosial penggemar idola *K-pop*. Penelitian ini menunjukkan ada hubungan positif fanatisme dengan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar idola *K-pop* ($r = 0,626$ dan $p = 0,000$). Fans-

idola *K-pop* yang memiliki fanatisme tinggi akan memiliki perilaku agresif verbal yang tinggi, jika tidak penggemar idola *K-pop* yang memiliki fanatisme rendah akan memiliki perilaku agresif verbal yang rendah.

3. Penelitian Vera Sriwahyuningsih, A. Muri Yusuf dan Daharnis (2016). Hubungan prasangka dan frustrasi dengan perilaku agresif remaja dan Penelitian ini didasarkan pada upaya pencegahan dan penanggulangan perilaku agresif siswa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan: (1) tingkat prasangka, (2) tingkat frustrasi, (3) tingkat perilaku agresif, (4) hubungan prasangka dan perilaku agresif, (5) hubungan antara frustrasi dan perilaku agresif, dan (6) hubungan simultan antara prasangka dan frustrasi dengan perilaku agresif. Populasi dalam penelitian ini adalah SMA Don Bosco Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) tingkat prasangka siswa berada pada kategori tinggi, (2) tingkat frustrasi siswa dan tingkat perilaku agresif siswa berada pada kategori sedang, (4) terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara prasangka dan agresif. perilaku, (5) ada hubungan yang positif dan signifikan antara frustrasi dan perilaku agresif, dan (6) ada hubungan yang positif dan signifikan secara bersama-sama antara prasangka dan frustrasi dengan perilaku agresif.
4. Penelitian Hendra Choirul Anam dan Supriyadi (2018). Hubungan fanatisme dan konformitas terhadap agresivitas verbal anggota komunitas suporter sepak bola di kota Denpasar dan kesimpulan dari penelitian ini yaitu terdapat hubungan yang negatif signifikan dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *cluster sampling* dan wawancara untuk pengambilan datanya. Penelitian ini menggunakan metode kombinasi kuantitatif dan kualitatif. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan (R) sebesar 0,323 ($F = 6,511$; $p < 0,05$), yang memiliki arti bahwa fanatisme dan konformitas secara bersama-sama memengaruhi munculnya agresivitas verbal. Koefisien determinasi sebesar 0,104, memiliki arti bahwa sumbangan efektif fanatisme dan konformitas dalam menjelaskan varian agresivitas verbal sebanyak 10,4 %, dan dari nilai beta terstandarisasi didapatkan bahwa fanatisme lebih berperan terhadap agresivitas verbal dengan nilai sebesar 2,546 daripada konformitas sebesar - 1,040.
5. Penelitian Cicilia Ameliyany, Rina Mirza dan Winida Marpaung (2019). Perilaku agresi ditinjau dari fanatisme pada satuan mahasiswa dan mahasiswa ikatan pemuda karya dan perhitungan dilakukan dengan melakukan uji prasyarat analisis (uji asumsi) yang terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas. Analisis data menggunakan korelasi *Product Moment* melalui bantuan SPSS 17 for Windows. Hasil analisis data menunjukkan koefisien korelasi sebesar-

0,371 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Ini menunjukkan ada hubungan positif antara fanatisme dengan Agresivitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sumbangan yang diberikan variabel fanatisme terhadap agresivitas sebesar 13,7 persen, selebihnya 86,3 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis penelitian ada hubungan positif antara fanatisme dengan agresivitas dapat diterima.

Berdasarkan uraian diatas, beberapa penelitian terdahulu hanya mengungkapkkan antara variabel prasangka (X2) terhadap perilaku agresifitas (Y), fanatisme (X1) dengan perilaku agresivitas (Y) di media sosial pada penggemar idola *k-pop*, dan perilaku agresivitas (Y) dengan fanatisme (X1) pada mahasiswa dan mahasiswa ikatan pemuda karya. Tetapi masih belum ada yang meneliti mengenai keterkaitan antara fanatisme (X1) dan prasangka (X2) dengan perilaku agresivitas (Y) partisipan partai politik di media sosial. Maka dari itu peneliti ingin meneliti keterkaitan antara variabel X1, X2 dengan Y.

Table 1. Perbedaan Penelitian

Judul Artikel	Perbedaan dengan peneliti
Hubungan prasangka dengan perilaku agresi partisipan partai politik	Hanya mengaitkan prasangka (X2) dengan Agresivitas Verbal (Y)
Fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar idola <i>k-pop</i>	Hanya mengaitkan fanatisme (X1) dengan agresivitas verbal (Y)
Hubungan prasangka dan frustrasi dengan perilaku agresif remaja dan Penelitian ini didasarkan pada upaya pencegahan dan penanggulangan perilaku agresif siswa	Hanya mengaitkan prasangka (X2) dengan agresivitas verbal (Y)
Perilaku agresi ditinjau dari fanatisme pada satuan mahasiswa dan mahasiswa ikatan pemuda karya	Hanya mengaitkan fanatisme (X1) dengan agresivitas verbal (Y)
Hubungan fanatisme dan konformitas terhadap agresivitas verbal anggota komunitas suporter sepak bola di kota Denpasar	Mengaitkan Fanatisme (X1) dan konformitas dengan agresivitas verbal (Y)