

Hubungan antara Anonimitas dan *Moral Disengagement* dengan Perilaku *Cyberbullying* pada Penggemar K-Pop yang Melakukan *Fanwar*

Erfira Khoiriyah ¹

Fakultas Psikologi, Program Studi Psikologi, Universitas Muria Kudus,
Kudus, Indonesia
erfirakhoiriyah@gmail.com

Ridwan Budi Pramono ²

Fakultas Psikologi, Program Studi Psikologi, Universitas Muria Kudus,
Kudus, Indonesia
ridwan.budi@umk.ac.id

Abstract

This study is a quantitative study that aims to determine the relationship between anonymity and moral disengagement with cyberbullying behavior in K-Pop fans who do fanwar. Purposive sampling was used in sampling so that 250 K-Pop fans filled out the cyberbullying scale, anonymity scale, and moral disengagement scale. The results of the analysis show that there is a relationship between anonymity and moral disengagement with cyberbullying behavior in K-pop fans who do fanwar with a correlation coefficient of 0.413 and a p value <0.001 (p <0.01) and an effective contribution of 17%. Anonymity is positively and significantly related to cyberbullying as indicated by a correlation coefficient of 0.271 and a p value of 0.001 (p < 0.01). Moral disengagement is positively and significantly related to cyberbullying as indicated by a correlation coefficient of 0.398 and a p value of <0.001 (p <0.01). The results indicate that anonymity and moral disengagement can increase individual participation in cyberbullying behavior. Structural Equation Modeling (SEM) analysis was conducted to assess the strength of aspects. The aspect of "Imbalance Power" in measuring cyberbullying, the aspect of "Lack of Identification" in measuring anonymity, and the aspect of "Moral Justification" in measuring moral disengagement have low loading factors, thus proving less effective in measurement in this research.

Keywords: *anonymity, cyberbullying, fanwar, K-Pop Fans, moral disengagement*

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara anonimitas dan *moral disengagement* dengan perilaku *cyberbullying* pada penggemar K-Pop yang melakukan *fanwar*. *Purposive*

sampling digunakan dalam pengambilan sampel sehingga 250 penggemar K-Pop mengisi skala skala *cyberbullying*, skala anonimitas, dan skala *moral disengagement*. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan anonimitas dan moral disengagement dengan perilaku cyberbullying pada penggemar K-pop yang melakukan *fanwar* dengan koefisien korelasi 0.413 dan nilai $p < 0.001$ ($p < 0.01$) serta sumbangan efektif sebesar 17%. Anonimitas berhubungan positif yang sangat signifikan dengan *cyberbullying* ditunjukkan dengan koefisien korelasi 0.271 dan nilai $p < 0.001$ ($p < 0.01$). *Moral disengagement* berhubungan positif yang sangat signifikan dengan *cyberbullying* ditunjukkan dengan koefisien korelasi 0.398 dan nilai $p < 0.001$ ($p < 0.01$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa anonimitas dan *moral disengagement* dapat meningkatkan partisipasi individu dalam perilaku *cyberbullying*. Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dilakukan untuk mengukur kekuatan aspek. Aspek “Ketidakseimbangan Kekuatan” dalam mengukur *cyberbullying*. Aspek “Kurangnya Identifikasi” dalam mengukur anonimitas, dan Aspek “Justifikasi Moral” dalam mengukur *moral disengagement* memiliki *loading factor* yang rendah sehingga kurang efektif melakukan pengukuran dalam penelitian ini.

Kata kunci: anonimitas, *cyberbullying*, *fanwar*, *moral disengagement*, penggemar K-Pop..

PENDAHULUAN

K-Pop yang saat ini memimpin penyebaran *Korean Wave* ke seluruh dunia biasanya dikaitkan dengan musik yang dibuat di Korea, musik yang dinyanyikan atau dibawakan oleh orang Korea, lirik yang ditulis oleh orang Korea, dan musik yang diproduksi oleh perusahaan Korea. Sehingga dalam industri musik di Korea, K-Pop merujuk pada istilah yang menggambarkan budaya produksi, konsumsi, dan budaya secara inklusif (Cho, 2016). K-Pop telah menarik banyak penggemar transnasional selama bertahun-tahun (Leung, 2017). Penggemar merupakan individu dengan keyakinan emosional positif terhadap seseorang atau sesuatu yang terkenal sehingga ia berpartisipasi dalam praktik penggemar dan memiliki identitas karena dikelilingi oleh kesenangan yang berhubungan dengan budaya populer hingga mereka mendalami peran sosial yang dicirikan sebagai fandom (Duffett, 2013). Fandom dipahami sebagai subkultur yang lebih luas, yang anggotanya terlibat dengan beragam objek media yang berbeda tetapi berbagi tradisi dan aktivitas yang dibangun selama bertahun-tahun sehingga fandom akan mengembangkan pola interpretasi yang khas, cara interaksi sosial, dan bentuk produksi budaya yang muncul dari keinginan dan minat bersama (Jenkins, 2018). Ketika penggemar menyukai film, buku, atau acara televisi, mereka sering ingin mengambil

peran aktif dalam berhubungan dengan dunia dan karakter (atau aktor) di dalamnya (Zubernis & Larsen, 2018).

Media sosial memengaruhi perkembangan komunitas penggemar terutama dalam cara mereka berinteraksi secara online (Booth, 2016). Biasanya penggemar saling berinteraksi untuk berdiskusi mengenai kegiatan idola, membuat *fan project*, gosip dan rumor, atau berdiskusi terkait fandom mereka (Wardani & Kusuma, 2021). Penggemar dapat melakukan segala hal untuk membuat idolanya merasa bahagia. Penggemar tidak akan rela melihat idola favoritnya diusik oleh antifans atau mendapat ujaran kebencian oleh penggemar idola lain sehingga penggemar akan secara sukarela membela idolanya. Hal ini dapat menimbulkan perdebatan antar penggemar hingga saling melontarkan kebencian. Peristiwa ini sering disebut dengan istilah *fanwar*. *Fanwar* biasanya terjadi karena penggemar membandingkan prestasi idolanya dengan idola lain, seperti terkait penjualan album, pencapaian dalam tangga lagu, jumlah penghargaan yang telah diperoleh dari ajang penghargaan musik hingga konsep comeback yang mirip menjadi salah satu alasan dalam *fanwar* penggemar K-Pop (Yulianti, 2022).

Penggemar terkadang merasa kesal dan marah ketika melihat postingan yang menjelek-jelekkan idolanya sehingga mereka akan menanggapi postingan tersebut untuk membela dan memberikan sanggahan atas berita bohong yang ditujukan kepada idola mereka. Namun terkadang pemilihan kata yang digunakan tidak tepat sehingga tanpa sadar melakukan *cyberbullying* (Sandrila & Wahyunengsih, 2023). *Antifans* dan *akgae* (penggemar yang hanya menyukai salah satu anggota grup) dapat melakukan tindakan agresif untuk melawan grup atau idola tertentu dengan menghasut *fanwar* antar penggemar (Khedun-Burgoine & Kiaer, 2023).

Peneliti melakukan wawancara awal kepada tiga penggemar K-Pop untuk melihat dinamika *fanwar* dari sudut pandang seorang penggemar yang pernah terlibat langsung di dalamnya. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, ketiga partisipan memiliki *fan account* yang mereka buat di berbagai media sosial untuk mencari kabar terbaru terkait idolanya. *Fan account* ini bersifat anonim yang berisi postingan-postingan terkait idol K-Pop. Ketiga partisipan juga mengaku bahwa mereka lebih nyaman menggunakan akun anonim untuk berinteraksi dengan penggemar lain. Namun, akun tersebut juga digunakan untuk melakukan interaksi yang kurang baik, seperti pada saat *fanwar* hingga akhirnya terjadi *cyberbullying*.

Cyberbullying dapat diartikan ketika seseorang berulang kali melecehkan, menganiaya, atau mengolok-olok orang lain secara online atau saat menggunakan ponsel atau perangkat

elektronik lainnya (Patchin & Hinduja, 2012). *Cyberbullying* digunakan untuk merugikan orang lain secara online dan berdasarkan kesediaan teknologi (Barlett, 2019). *Cyberbullying* dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya anonimitas (Kowalski et al., 2014). Anonimitas didefinisikan sebagai orang yang menyembunyikan identitas aslinya dari orang lain (Amichai-Hamburger, 2017). Anonimitas terjadi dalam bentuk penyamaran atau menyembunyian identitas yang membuat pelaku *cyberbullying* merasa tidak perlu bertanggung jawab atas hal yang dilakukannya, sehingga mudah terlibat dalam perilaku agresif dan permusuhan (Heirman & Walrave, 2008). Survei yang dilakukan oleh Youth IGF (Internet Governance Forum) pada 2013 terkait *Global Perspective on Online Anonymity* yang melibatkan 68 negara dan menemukan hasil sebanyak 65% dari 1.300 remaja dalam satu tahun belakangan pernah berkomunikasi secara online tanpa menampilkan data asli mereka (anonim) (Internet Governance Forum, 2013). Penggunaan akun anonim akan lebih membebaskan individu untuk menulis, berpendapat, dan berkarya dibandingkan dengan pengguna yang tidak menggunakan akun anonim (Kurnia, 2017).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketiga partisipan mengaku *fanwar* yang dilakukan adalah untuk membela idolanya mereka tidak merasa bersalah karena seharusnya sebagai seorang penggemar memang melakukan hal tersebut. Perilaku membenarkan hal kurang baik untuk mencegah rasa bersalah disebut sebagai *moral disengagement*. Hal ini sesuai dengan penelitian Chen et al. (2017) yang menyatakan bahwa *moral disengagement* memiliki hubungan dengan *cyberbullying*.

Moral disengagement merupakan istilah untuk menjabarkan terkait mekanisme psikososial yang secara selektif menghambat standar moral individu karena digunakan untuk mencegah rasa bersalah atas perilaku yang bertentangan dengan standar moral yang telah dilakukan (Boardley & Kavussanu, 2011). Standar moral berfungsi sebagai pedoman perilaku dan memungkinkan orang untuk membuat penilaian moral. Pedoman perilaku etis ini berasal dari hukum, agama, moral, dan lembaga lain yang menyediakan gambaran terkait hal-hal bermoral dan tidak bermoral. Individu mungkin memiliki standar moral yang sama tetapi dapat berperilaku dengan cara yang berbeda dalam situasi tertentu tergantung pada kognisi dan konteks sosial individu tersebut (Bjärehed, 2022).

Mekanisme dalam *moral disengagement* digunakan individu untuk melakukan hal yang merugikan orang lain, namun individu tersebut memperoleh keuntungan dengan menghilangkan rasa bersalah dan menjaga harga dirinya (Bandura, 2002). Moral

disengagement merupakan sebuah proses untuk menjelaskan bagaimana orang normal dan "sehat secara moral" dapat berperilaku tidak etis. Seorang individu dapat secara moral merekonstruksi perilaku tertentu yang pada awalnya dinilai sebagai "salah" namun menjadikan perilaku tersebut sebagai "tidak terlalu salah secara moral", "tidak salah secara moral", atau bahkan sebagai "benar secara moral" (Schaefer & Bouwmeester, 2021). Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hubungan antara anonimitas dan *moral disengagement* dengan perilaku *cyberbullying* pada penggemar K-Pop yang melakukan *fanwar*.

METODE

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk melihat hubungan antara anonimitas dan *moral disengagement* dengan perilaku *cyberbullying* melalui pengujian hipotesis. Kuesioner penelitian disebarikan melalui Google Formulir pada 28 Mei sampai dengan 6 Juni 2023. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria artispian penelitian merupakan penggemar K-Pop yang melakukan *fanwar* dan tergabung dalam fandom serta aktif menggunakan media sosial untuk praktik penggemar. Analisis G*Power menunjukkan sampel minimal adalah 103 partisipan. Jumlah partisipan yang mengikuti penelitian adalah 250 partisipan. Data yang memenuhi kriteria pada *screening* awal sebanyak 159 partisipan, setelah dilakukan penghapusan *outlier* menjadi 142 partisipan. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *cyberbullying*, anonimitas, dan *moral disengagement*. Skala *cyberbullying* terdiri dari 30 aitem dengan reliabilitas ($\alpha=.905$), skala anonimitas terdiri dari 20 aitem dengan reliabilitas ($\alpha=.883$), dan skala *moral disengagement* dengan 27 aitem dengan reliabilitas ($\alpha=.889$). Terdapat empat pilihan jawaban yakni "sangat tidak sesuai" hingga "sangat sesuai". Partisipan diberikan *informed consent* untuk persetujuan dalam mengikuti penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi ganda dan analisis *product moment* untuk menguji hipotesis minor menggunakan aplikasi SPSS 29.0 for Windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Partisipan penelitian mayoritas adalah perempuan dewasa awal (19–40 tahun). Media sosial yang digunakan diantaranya Twitter, Instagram, TikTok, Facebook, Youtube, Weverse, WhatsApp, Telegram, Line, Spotify, dan Pinterest. Mayoritas partisipan merupakan

penggemar *multifandom* yang telah menjadi penggemar K-Pop selama 6–10 Tahun dan melakukan praktik penggemar setiap harinya di media sosial.

Hasil uji normalitas variabel *cyberbullying* diperoleh taraf signifikansi p sebesar < 0.001 ($p > 0.05$) dengan K-SZ sebesar 0.192 menunjukkan bahwa data *cyberbullying* yang diperoleh tidak berdistribusi normal. Hal yang sama juga terjadi pada variabel skala *moral disengagement* yang memperoleh taraf signifikansi p sebesar < 0.001 ($p > 0.05$) dengan K-SZ sebesar 0.098. Hal yang berbeda terjadi pada data variabel anonimitas yang memperoleh taraf signifikansi p sebesar 0.093 ($p > 0.05$) dengan K-SZ sebesar 0.065 yang menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

No.	Variabel	K-SZ	p (0.05)	Keterangan
1	<i>Cyberbullying</i>	0.192	< 0.001	Tidak Berdistribusi Normal
2	Anonimitas	0.065	0.093	Berdistribusi Normal
3	<i>Moral disengagement</i>	0.098	< 0.001	Tidak Berdistribusi Normal

Tabel 1 menunjukkan hasil uji normalitas menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov Test* melalui pendekatan *Asymptotic* yang memperoleh hasil bahwa sebaran data anonimitas berdistribusi normal. Namun, sebaran data *cyberbullying* dan *moral disengagement* tidak berdistribusi normal sehingga peneliti memutuskan untuk menggunakan penghapusan data *outlier* pada analisis selanjutnya. Dikarenakan hasil uji normalitas data tidak berdistribusi normal maka dilakukan penghapusan outlier melalui grafik *boxplot*. Data *outlier* merupakan data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi dan muncul dalam bentuk nilai yang ekstrim (Ghozali, 2018). Data di luar grafik *boxplot* merupakan data yang perlu dihilangkan. Uji *outlier* pada tahap 1 menemukan sebanyak 14 data *cyberbullying* dan 1 data *moral disengagement* yang merupakan data ekstrim. Sedangkan pada uji *outlier* tahap 2 menemukan sebanyak 2 data *cyberbullying* dan 1 data *moral disengagement* yang termasuk data ekstrim. Setelah dilakukan uji *outlier* tahap 3 tidak ditemukan ada ekstrim. Sebaran data ekstrim pada uji *outlier* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Sebaran Data Ekstrim Uji *Outlier*

No.	Variabel	Tahap 1	Tahap 2	Tahap 3
1	<i>Cyberbullying</i>	2, 3, 6, 18, 46, 64, 78, 92, 102, 110, 118, 120, 122, 153	73, 114	-
2	Anonimitas	-	-	-
3	<i>Moral disengagement</i>	122	72	-

Jumlah data setelah dilakukan penghapusan *outlier* adalah 142 data partisipan. Hasil uji normalitas setelah penghapusan *outlier* dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Uji *Outlier*

Variabel residual	K-SZ	p (0,05)	Keterangan
Sebelum penghapusan <i>outlier</i>	0.101	< 0.001	Tidak Berdistribusi Normal
Setelah penghapusan <i>outlier</i>	0.048	0.200	Berdistribusi Normal

Nilai residual merupakan selisih antara nilai yang diamati dari variabel respon dan nilai yang diprediksi pada analisis regresi (Moore et al., 2013). Hasil pengujian dengan teknik *Kolmogorov Smirnov Test* menggunakan variabel residual sebelum dilakukan penghapusan *outlier* memperoleh nilai taraf signifikansi p sebesar < 0.001 ($p > 0.05$) dengan K-SZ sebesar 0.101. Setelah dilakukan penghapusan *outlier* diperoleh nilai taraf signifikansi p sebesar 0.200 ($p > 0.05$) dengan K-SZ sebesar 0.048. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa data penelitian telah berdistribusi normal. Hasil lengkap uji *outlier* dapat dilihat pada lampiran.

Uji linieritas dilakukan setelah uji normalitas. Uji ini merupakan salah satu syarat dalam uji asumsi yang harus dipenuhi dalam teknik korelasi. Hasil uji linieritas dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Linieritas Antara Anonimitas dan *Moral Disengagement* dengan *Cyberbullying*

Variabel	F	Sig(p)	Keterangan
Anonimitas dan <i>Cyberbullying</i>	1.174	0.266	Linier
<i>Moral Disengagement</i> dan <i>Cyberbullying</i>	1.431	0.091	Linier

Hasil uji linearitas antara anonimitas dan *cyberbullying* memperoleh nilai F Linier sebesar 1.174 dengan p sebesar 0.266 ($p > 0.05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan yang bersifat linier. Berdasarkan hasil uji linearitas antara *moral disengagement* dan *cyberbullying* menunjukkan nilai F Linier sebesar 1.431 dengan p sebesar 0.091 ($p > 0.05$). Dari hasil dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bersifat linier.

Pengujian hipotesis mayor dilakukan dengan analisis regresi dua prediktor. Hasil pengujian hipotesis mayor dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Mayor

Model	R	R Square	Adjusted R Squared	Std. Error of the Estimate	F	Sig(p)
1 Regression	0.413	0.170	0.158	5.368	14.264	< 0.001

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa signifikansi $p = < 0.001$ ($p < 0.01$) dengan $R_{x_1,2y} = 0.413$ yang berarti ada hubungan yang sangat signifikan antara X_1 (anonimitas) dan X_2 (*moral disengagement*) dengan Y (*cyberbullying*). Sehingga hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara anonimitas dan *moral disengagement* dengan *cyberbullying* diterima dengan sumbangan efektif sebesar 17%.

Hasil uji hipotesis minor mengenai adanya hubungan positif antara anonimitas dan *cyberbullying* dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisis Korelasi Anonimitas dan *Cyberbullying*

Variabel	R	R Squared	Sig(p)
Anonimitas * <i>Cyberbullying</i>	0.271	0.073	0.001

Berdasarkan Tabel 6 Mengenai hasil analisis *product moment* diketahui bahwa antara variabel *cyberbullying* dan anonimitas menunjukkan koefisien korelasi antara kedua variabel (R_{x_1y}) sebesar 0.271 dengan p sebesar 0.001 ($p < 0.001$). Hasil ini menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara anonimitas dan *cyberbullying*. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi X_1 (anonimitas) maka semakin tinggi Y (*cyberbullying*). Begitu pula sebaliknya, semakin rendah X_1 (anonimitas) maka semakin rendah Y (*cyberbullying*). Sumbangan efektif anonimitas terhadap *cyberbullying* sebesar 7.3%.

Hasil uji hipotesis minor mengenai adanya hubungan positif antara *moral disengagement* dan *cyberbullying* dapat dilihat pada Tabel 7.

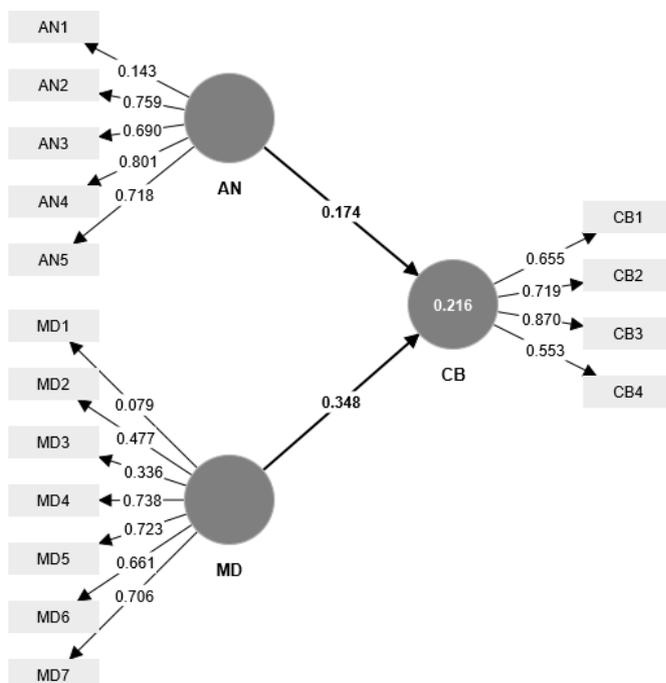
Tabel 7. Hasil Analisis Korelasi *Moral Disengagement* dan *Cyberbullying*

Variabel	R	R Squared	Sig(p)
<i>Moral Disengagement</i> * <i>Cyberbullying</i>	0.398	0.158	< 0.001

Berdasarkan Tabel 7 Mengenai hasil analisis *product moment* diketahui bahwa antara variabel *cyberbullying* dan *moral disengagement* menunjukkan koefisien korelasi antara kedua variabel (R_{x_2y}) sebesar 0.398 dengan p sebesar < 0.001 ($p < 0.001$). Hasil ini menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara *moral disengagement* dan *cyberbullying*. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi X_2 (*moral disengagement*) maka semakin tinggi Y (*cyberbullying*). Begitu pula sebaliknya, semakin rendah X_2 (*moral disengagement*) maka semakin rendah Y (*cyberbullying*). Sumbangan efektif *moral disengagement* terhadap *cyberbullying* sebesar 15.8%.

Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) juga dilakukan untuk melihat kekuatan aspek dalam pengukuran. SEM dianalisis menggunakan SmartPLS 4. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada variabel *cyberbullying*, aspek Membahayakan (CB03) memiliki *loading factor* paling besar yakni 0.870, hal ini berarti aspek tersebut baik dalam mengukur *cyberbullying* pada penelitian ini. Sedangkan pada aspek Ketidakseimbangan Kekuatan (CB04) memiliki *loading factor* paling kecil yakni 0.553 sehingga dapat disimpulkan bahwa aspek tersebut lemah dalam mengukur *cyberbullying*. Variabel anonimitas aspek Kurangnya Informasi Terkait Orang Lain (AN04) memiliki *loading factor* paling besar 0.801 yang berarti aspek tersebut baik dalam mengukur anonimitas pada penelitian ini. Sedangkan pada aspek Kurangnya Identifikasi (AN01) memiliki *loading factor* paling kecil yakni 0.143 yang mengartikan bahwa aspek tersebut lemah dalam mengukur anonimitas. Variabel *moral disengagement* aspek Pindahkan Tanggung Jawab (MD04) memiliki *loading factor* paling besar yakni 0.738 yang berarti bahwa aspek tersebut paling baik dalam mengukur *moral disengagement*. Sedangkan dalam aspek Justifikasi Moral (MD01) memiliki *loading factor* paling kecil yakni 0.079 yang menunjukkan bahwa aspek ini lemah dalam mengukur variabel *moral disengagement* pada penelitian ini. Hasil analisis SEM secara lengkap dapat dilihat pada model di bawah ini.

Gambar 1. Analisis SEM untuk Melihat Kekuatan Aspek dalam Variabel



Penelitian ini meneliti hubungan antara anonimitas dan *moral disengagement* terhadap *cyberbullying* pada penggemar K-Pop yang melakukan *fanwar*. Berdasarkan analisis pada Tabel 5 menunjukkan bahwa anonimitas dan *moral disengagement* memiliki hubungan yang sangat signifikan dengan *cyberbullying*. Hipotesis minor pertama adalah bahwa terdapat hubungan positif antara anonimitas dengan *cyberbullying*. Merujuk hasil analisis pada Tabel 6 menunjukkan bahwa anonimitas meningkatkan risiko seseorang melakukan tindakan *cyberbullying* pada saat terjadi *fanwar* antara penggemar K-Pop. Hal ini selaras dengan penelitian Samsiah & Sumaryanti (2023) yang menunjukkan bahwa anonimitas dapat memengaruhi *cyberbullying*. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Barlett et al. (2022) yang menyebutkan bahwa anonimitas memiliki hubungan yang sangat signifikan dengan *cyberbullying*. Anonimitas di internet memengaruhi individu dalam berperilaku ketika di dunia maya, individu akan memiliki kebebasan dan keberanian untuk berkomunikasi secara *online* dalam keadaan anonim daripada tatap muka secara langsung (Clark-Gordon et al., 2019). Fenomena inilah yang disebut sebagai *online disinhibition effect*. *Online disinhibition effect* merupakan fenomena ketika pengguna internet saat berbicara dan bertindak di dunia maya tidak seperti yang biasa mereka katakan dan lakukan dalam dunia nyata karena mereka merasa tidak ada kekangan, kurang ada batasan sehingga dapat mengekspresikan diri secara lebih terbuka (Suler, 2004). Karena kurangnya tanggung jawab inilah ketika seseorang dalam kondisi anonim dapat terdorong untuk melakukan perilaku berbahaya seperti *cyberbullying* (Law et al., 2012).

Adanya anonimitas dalam perilaku *cyberbullying* membuat pelaku *cyberbullying* cenderung tidak merasa menyesal, bersalah, atau malu dibandingkan dengan pelaku *bullying* karena pelaku *cyberbullying* tidak dapat melihat reaksi korbannya (Slonje et al., 2012). Individu yang mengetahui bahwa mereka anonim secara *online* percaya bahwa mereka tidak menyebabkan banyak kerugian dan tidak menyebabkan efek jangka panjang (Szczyglowski, 2018). Dengan menggunakan anonimitas, korban tidak dapat mengidentifikasi individu yang memposting artikel di suatu forum sehingga pelaku akan secara bebas mengetik hal yang kurang menyenangkan tanpa memikirkan bahwa dia yang menuliskan hal tersebut karena menurutnya tidak ada yang tahu siapa dalang di balik akun tersebut sehingga dapat menyebabkan pelaku *cyberbullying* menjadi lebih jahat, menyakitkan, dan tidak pantas (Tazkiyah et al., 2021). Di sisi lain, penelitian Sanchez (2016) menunjukkan hasil bahwa

anonimitas berhubungan negatif dengan *cyberbullying*. Adanya peningkatan anonimitas di dunia maya yakni dengan lebih sedikit informasi pribadi yang diungkapkan akan cenderung menyebabkan partisipan tidak melakukan *cyberbullying*. Partisipan yang memiliki tingkat anonimitas yang lebih tinggi tidak memposting banyak informasi pribadi secara *online* karena mereka tidak menjadikan media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain sebagai tujuan utama penggunaan internet. Karena mereka tidak sering mengunjungi situs media sosial yang mendorong penggunaannya untuk memposting informasi secara terbuka, mereka memiliki tingkat anonimitas yang tinggi. Kemungkinan lain dari hal ini adalah bahwa mereka tidak menemukan diri mereka dalam situasi di mana mereka cenderung menjadi pelaku atau korban *cyberbullying*. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa anonimitas merupakan konsep yang kompleks yang digunakan oleh berbagai kalangan sehingga sulit untuk diukur secara objektif (Eklund et al., 2022).

Hipotesis minor kedua adalah bahwa terdapat hubungan positif antara *moral disengagement* dengan *cyberbullying*. Mengacu hasil analisis pada Tabel 7 menunjukkan bahwa individu yang lebih banyak melakukan *moral disengagement* dapat meningkatkan kemungkinan seseorang melakukan tindakan *cyberbullying* pada saat terjadi *fanwar* antara penggemar K-Pop. Hal ini konsisten dengan penelitian Robson & Witenberg (2013) serta Hasibuan (2022) yang menunjukkan hasil bahwa *moral disengagement* memiliki hubungan dengan *cyberbullying*. *Cyberbullying* tidak dibatasi oleh waktu atau pun tempat, sehingga dapat terjadi kapan saja dan dapat menjangkau korban di mana saja. Materi *cyberbullying* juga disebar secara *online*, karena itu orang-orang akan lebih mudah membagikan ulang pesan intimidasi tersebut (Zhao & Yu, 2021). Dengan menggunakan mekanisme *moral disengagement*, pelaku *cyberbullying* dapat terlibat dalam perilaku yang semakin berbahaya dengan sedikit kecaman, sehingga hal ini dapat meningkatkan frekuensi *cyberbullying* (Luo & Bussey, 2022).

Berdasarkan analisis SEM, aspek ketidakseimbangan kekuatan memiliki peran yang kecil dalam mengukur *cyberbullying*, hal ini dimungkinkan para penggemar memiliki peran masing-masing dalam *fanwar*. *Fan account* cenderung lebih aktif dan vokal dalam mengekspresikan aspirasi, argumen, dan tanggapan mereka terhadap *fanwar*, sementara *fanbase* lebih berperan sebagai pengingat dalam komunitas penggemar, mengingatkan sesama penggemar untuk tidak terlibat dan menghindari *fanwar*. Di sisi lain, penggemar pasif justru memiliki peran yang lebih besar dalam menyebarkan *fanwar* di Twitter dibandingkan dengan

penggemar yang lebih aktif, karena tindakan *retweet* dan *like* pada suatu *tweet* lebih mudah tersebar ke komunitas penggemar atau penggemar lainnya (Putri et al., 2022).

Aspek kurangnya identifikasi dalam mengukur anonimitas juga memiliki *loading factor* yang rendah dalam penelitian ini. *Fanwar* dalam penggemar K-pop dapat melibatkan berbagai tingkat anonimitas. Meskipun penggemar K-Pop yang menggunakan akun anonim dan lebih sering membicarakan terkait K-Pop dibandingkan kehidupan pribadinya, mereka masih tetap aktif dalam berkomunikasi dan tidak mencoba menyembunyikan identitas pribadi ketika berinteraksi (Ayundari & Perbawani, 2021).

Aspek Justifikasi Moral juga memiliki *loading factor* yang rendah dalam mengukur *moral disengagement* karena *fanwar* penggemar K-pop memiliki tingkat perbedaan yang tinggi dalam intensitas, tindakan yang terlibat, dan argumen yang digunakan. Data deskriptif partisipan penelitian menunjukkan bahwa mayoritas merupakan penggemar *multifandom*. Penggemar *multifandom* cenderung tidak terlibat agresi verbal karena mereka tidak hanya fokus pada satu idola namun tergabung dalam berbagai fandom, sehingga memiliki hubungan baik dengan berbagai fandom (Ardis et al., 2021).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dapat diambil kesimpulan bahwa anonimitas memiliki hubungan positif yang sangat signifikan dengan *cyberbullying*. Semakin tinggi tingkat anonimitas penggemar K-Pop yang terlibat dalam *fanwar*, semakin besar kemungkinan untuk terlibat dalam perilaku *cyberbullying*. Hal ini menunjukkan bahwa ketidakjelasan identitas atau perlindungan dari pengungkapan identitas mereka dapat meningkatkan risiko perilaku *cyberbullying*. *Moral disengagement* memiliki hubungan positif yang sangat signifikan dengan *cyberbullying*. Semakin tinggi tingkat *moral disengagement* penggemar K-Pop yang mengikuti *fanwar*, maka semakin besar kemungkinan mereka terlibat dalam perilaku *cyberbullying*. *Moral disengagement* mencakup pembenaran diri terhadap perilaku yang seharusnya dianggap tidak etis, sehingga dapat mempengaruhi partisipasi individu dalam perilaku *cyberbullying*.

Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) menunjukkan bahwa pada variabel *cyberbullying*, aspek Membahayakan (CB03) memiliki *loading factor* paling besar dan aspek Ketidakseimbangan Kekuatan (CB04) memiliki *loading factor* paling kecil dalam mengukur *cyberbullying*. Variabel anonimitas aspek Kurangnya Informasi Terkait Orang Lain (AN04) memiliki *loading factor* paling besar dan aspek Kurangnya Identifikasi (AN01) memiliki

loading factor paling kecil dalam mengukur anonimitas. Variabel *moral disengagement* aspek Pemindahan Tanggung Jawab (MD04) memiliki *loading factor* paling besar dan aspek Justifikasi Moral (MD01) memiliki *loading factor* paling kecil dalam mengukur variabel *moral disengagement* pada penelitian ini.

Penggemar K-Pop seharusnya dapat menjaga sikap positif dan saling menghormati terhadap idola maupun penggemar lain, mengutarakan pendapat dengan cara yang sopan serta menghindari penggunaan kata-kata kasar atau menghina yang dapat melukai perasaan orang lain. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel penelitian dan memastikan aitem-aitem dalam skala moral disengagement dapat mewakili apa yang akan diukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Amichai-Hamburger, Y. (2017). *Internet psychology: The basics*. Routledge.
- Ardis, N., Khumas, A., & Nurdin, Muh. N. H. (2021). Fenomena fanwar remaja perempuan penggemar K-Pop di media sosial terindikasi akibat perilaku fanatik. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 4(1), 42–49.
- Ayundari, K. W., & Perbawani, P. S. (2021). Dinamika online persona akun anonim twitter penggemar KPop. *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*40, 2(1), 40–54. <https://doi.org/10.22146/jmki.63068>
- Bandura, A. (2002). Selective moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of Moral Education*, 31(2), 101–119. <https://doi.org/10.1080/0305724022014322>
- Barlett, C. P. (2019). *Predicting cyberbullying: Research, theory, and intervention*. Academic Press. <https://doi.org/10.1016/C2018-0-00531-9>
- Barlett, C. P., Seyfert, L. W., Rinker, A. M., & Roth, B. R. (2022). The moderating role of dispositional fear of retaliation in cyberbullying perpetration processes. *Personality and Individual Differences*, 196, 111731. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.111731>
- Bjärehed, M. (2022). Individual and classroom collective moral disengagement in offline and online bullying: A short-term multilevel growth model study. *Psychology in the Schools*, 59(2), 1–20. <https://doi.org/10.1002/pits.22612>
- Boardley, I. D., & Kavussanu, M. (2011). Moral disengagement in sport. Dalam *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 4(2), 93–108. <https://doi.org/10.1080/1750984X.2011.570361>

- Booth, P. (2016). *Digital fandom 2.0: New media studies* (2 ed.). Peter Lang.
- Cho, K. H. (2016). *A study on the present status and future development of K-Pop: K-Pop entry strategies in the US and Europe markets based on successful cases of K-Pop in Japan and China* [Tesis]. Kyunghee University.
- Clark-Gordon, C. V., Bowman, N. D., Goodboy, A. K., & Wright, A. (2019). Anonymity and online self-Disclosure: A meta-analysis. *Communication Reports*, 32(2), 98–111. <https://doi.org/10.1080/08934215.2019.1607516>
- Duffett, M. (2013). *Understanding fandom: An introduction to the study of media fan culture*. Bloomsbury Publishing.
- Eklund, L., von Essen, E., Jonsson, F., & Johansson, M. (2022). Beyond a dichotomous understanding of online anonymity: Bridging the macro and micro level. *Sociological Research Online*, 27(2), 486–503. <https://doi.org/10.1177/13607804211019760>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, N. S. (2022). *Hubungan moral disengagement dengan perilaku cyberbullying pada remaja pengguna media sosial (studi pada salah satu SMAN di Pekanbaru)* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Heirman, W., & Walrave, M. (2008). Assessing concerns and issue about the mediation of technology in cyberbullying. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2(2), 1–12.
- Internet Governance Forum. (2013). *Global perspectives on online anonymity*.
- Jenkins, H. (2018). Fandom, negotiation, and participatory culture. Dalam P. Booth (Ed.), *A companion to media fandom and fan studies* (hlm. 13–26). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/doi/10.1002/9781119237211.ch1>
- Khedun-Burgoine, B., & Kiaer, J. (2023). Korean wave in world englishes: The linguistic impact of Korea's popular culture. In *Korean Wave in World Englishes: The Linguistic Impact of Korea's Popular Culture*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429200410>
- Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, 140(4), 1073–1137. <https://doi.org/10.1037/a0035618>

- Kurnia, A. (2017). Fenomena akun anonim di media sosial sebagai sumber informasi dan ekonomi (Analisis wacana pada akun instagram lambe turah). *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 7(2), 180–189.
- Law, D. M., Shapka, J. D., Hymel, S., Olson, B. F., & Waterhouse, T. (2012). The changing face of bullying: An empirical comparison between traditional and internet bullying and victimization. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 226–232. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.09.004>
- Leung, L. Y. M. (2017). #Unrequited love in cottage industry? Managing k-pop (transnational) fandom in the social media age. In T. J. Yoon & D. Y. Jin (Ed.), *The korean wave: Evolution, fandom, and transnationality*. Lexington Books.
- Lin, S., & Xiao, B. (2023). The relationship between paranoid tendencies and cyberbullying among Chinese adolescents: The mediating role of moral disengagement. *Behavioral Sciences*, 13(2), 102. <https://doi.org/10.3390/bs13020102>
- Luo, A., & Bussey, K. (2022). Mediating role of moral disengagement in the perpetration of cyberbullying by victims and bystanders. *Journal of Adolescence*, 94(8), 1142–1149. <https://doi.org/10.1002/jad.12092>
- Moore, D. S., Notz, W. I., & Fligner, M. A. (2013). *The basic practice of statistics* (6 ed.). W. H. Freeman and Company.
- Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2012). Cyberbullying: An update and synthesis of the research. Dalam J. W. Patchin & S. Hinduja (Ed.), *Cyberbullying Prevention and Response: Expert Perspectives* (hlm. 13–35). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203818312>
- Putri, A. F. R., Santosa, H. P., & Yusriana, A. (2022). Analisis dinamika komunikasi kelompok penggemar K-Pop generasi ke-4 (STAY, ATINY, dan MOA) dalam menanggapi fanwars di media sosial twitter. *Interaksi Online*, 10(4).
- Robson, C., & Witenberg, R. T. (2013). The influence of moral disengagement, morally based self-esteem, age, and gender on traditional bullying and cyberbullying. *Journal of School Violence*, 12(2), 211–231. <https://doi.org/10.1080/15388220.2012.762921>
- Samsiah, A. N., & Sumaryanti, I. U. (2023). Pengaruh anonimitas terhadap perilaku cyberbullying pada remaja akhir di Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 3(1), 366–372. <https://doi.org/10.29313/bcsp.v3i1.5362>
- Sanchez, M. T. (2016). *Cyberbullying, general strain theory, and the moderating effect of anonymity in college students* [Tesis]. Kennesaw State University.

- Sandrila, W., & Wahyunengsih. (2023). Motives of cyberbullying behavior by teenage K-Pop fans on twitter social media. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora (JURRISH)*, 2(2).
- Schaefer, U., & Bouwmeester, O. (2021). Reconceptualizing moral disengagement as a process: transcending overly liberal and overly conservative practice in the field. *Journal of Business Ethics*, 172(3), 525–543. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04520-6>
- Slonje, R., Smith, P. K., & Frisé, A. (2012). Processes of cyberbullying, and feelings of remorse by bullies: A pilot study. *European Journal of Developmental Psychology*, 9(2), 244–259. <https://doi.org/10.1080/17405629.2011.643670>
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *Cyberpsychology & Behavior*, 7(3), 321–326.
- Szczyglowski, K. (2018). Empathy suppressing the facilitative effects of anonymity on cyberbullying. *Western Undergraduate Psychology Journal*, 6(1).
- Tazkiyah, I., Fadillah, A. R., Kusuma, F. W., Siswantoro, F. M., & Cahyono, A. S. (2021). Peran anonimitas terhadap cyberbullying pada media sosial. *SITASI: Seminar nasional teknologi dan sistem informasi*, 3(2), 77–83.
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). Interaksi parasosial penggemar k-pop di media sosial (studi kualitatif pada fandom army di twitter). *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243–260.
- Yulianti, W. (2022). Instagram sebagai media fan war penggemar k-pop. *Jurnal PUBLIQUE*, 3(1).
- Zhao, L., & Yu, J. (2021). A meta-analytic review of moral disengagement and cyberbullying. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.681299>
- Zubernis, L., & Larsen, K. (2018). Make space for us! Fandom in the real world. In P. Booth (Ed.), *A Companion to Media Fandom and Fan Studies* (hlm. 145–159). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781119237211.ch9>