

PENGARUH FANATISME TERHADAP BENTUK PERILAKU AGRESI VERBAL SUPORTER SEPAKBOLA DI MEDIA SOSIAL

Arya Hidayat Syam¹, Asniar Khumas², Faradillah Firdaus³

¹ Universitas Negeri Makassar; Indonesia

* Correspondence e-mail; aryahidayayat@gmail.com, asniarkhumas@unm.ac.id,
faradillah@unm.ac.id

Article history

Submitted: 2024/08/18; Revised: 2024/08/29; Accepted: 2024/09/03

Abstract

Verbal aggression behavior among football supporters on social media has become an increasingly relevant issue due to the rapid development of technology and social media platforms. This study aims to investigate the influence of fanaticism on verbal aggression behavior of football supporters on social media. A quantitative approach was employed, involving respondents from active football supporters on social media. Data were collected through a Google Form survey measuring levels of fanaticism and verbal aggression behavior on social media. The research sample comprised 508 football supporters who use Twitter. The measurement tools used in this study were the Fanaticism Scale and the Verbal Aggression Scale. Data were analyzed using the ordinal regression technique with the assistance of IBM SPSS version 26 for Windows. The research findings indicate that there is a significant influence of fanaticism on verbal aggression behavior among football supporters on social media ($r = 0.055$ and $p < 0.003$). This suggests that as football supporters become more fanatic, it may influence their verbal aggression behavior on social media platforms like Twitter. This research has important implications in the field of social psychology, providing insights for football supporters and social media users.

Keywords

Fanaticism, football supporters, verbal aggression



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Sepakbola telah menjadi salah satu olahraga yang paling mendunia dan diakui sebagai fenomena global, yang menggabungkan elemen budaya, sosial, dan ekonomi di berbagai negara. Kepopuleran sepakbola terlihat dari kemampuan olahraga ini dalam menarik perhatian miliaran orang di seluruh dunia, sebagaimana ditunjukkan oleh final Piala Dunia 2014 yang disaksikan oleh sekitar 3,3 miliar penonton. Dalam konteks ini, keberadaan penonton dan suporter tidak dapat dipisahkan dari dinamika

sebuah pertandingan sepakbola. Suporter, yang sering disebut sebagai “pemain keduabelas,” memegang peran penting meskipun secara fisik tidak terlibat langsung dalam permainan di lapangan. Mereka memberikan dukungan moril yang signifikan melalui nyanyian atau chants yang tidak hanya berfungsi untuk membangkitkan semangat tim kesayangan mereka tetapi juga untuk menciptakan tekanan psikologis terhadap tim lawan, terutama saat pertandingan berlangsung di kandang. Dengan demikian, peran suporter dalam sepakbola bukan hanya sebagai penonton pasif tetapi sebagai elemen aktif yang dapat mempengaruhi jalannya pertandingan.

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform yang berperan ganda dalam mempengaruhi perilaku individu. Di satu sisi, media sosial memberikan peluang bagi interaksi sosial yang positif, namun di sisi lain, ia juga menjadi tempat di mana perilaku negatif, seperti agresi verbal, penghinaan, dan fitnah, semakin marak. Hal ini tidak hanya membahayakan individu yang menjadi target, tetapi juga merusak atmosfer komunitas, seperti yang terjadi dalam komunitas sepakbola.

Menurut Suler (2004) menunjukkan bahwa interaksi digital memiliki potensi untuk mempengaruhi perilaku manusia baik secara positif maupun negatif. Untuk menjaga harmoni dan mendukung tim favorit mereka dengan cara yang positif, platform digital telah mengubah lanskap keterlibatan penggemar sepak bola. Interaksi digital tidak hanya sekadar berbagi informasi, tetapi juga membangun dan memperkuat hubungan dalam komunitas, yang sangat penting dalam dunia sepak bola yang semakin terhubung secara digital. Romero-Jara (2023) keterlibatan kini lebih bersifat interaktif dan personal, memungkinkan para supporter untuk berpartisipasi dalam diskusi, menyuarakan pendapat mereka, dan bahkan mempengaruhi keputusan klub. Namun, dengan kebebasan ini muncul tanggung jawab untuk memastikan bahwa kecintaan terhadap olahraga tidak tercemar oleh perilaku negatif yang merusak komunitas.

Dunia maya, khususnya media sosial, telah menjadi lahan subur bagi perkembangan perilaku menyimpang, terutama yang berwujud agresi. Dalam konteks ini, Fajriani (2021) mengemukakan bahwa media sosial menjadi arena di mana kepribadian menyimpang, seperti perilaku agresif, dapat berkembang dan kemudian diekspresikan secara terbuka. Hal ini diperkuat oleh temuan Damota (2019), yang menyatakan bahwa salah satu dampak negatif signifikan dari penggunaan media sosial adalah kemunculan bentuk baru dari perilaku agresi, yaitu agresi yang dimediasi oleh internet.

Agresi melalui media sosial dapat dimanifestasikan dalam berbagai bentuk, mulai dari komentar negatif hingga tindakan cyberbullying, yang kesemuanya

berpotensi merusak tatanan sosial di dunia maya. Menurut Jang et al (2008) bahwa karakteristik komunitas daring dapat mempengaruhi komitmen anggota terhadap perilaku tertentu, termasuk perilaku agresif. Selain itu, Timbulnya agresi digital (DA) merupakan konsekuensi serius yang dapat diperburuk oleh fitur-fitur yang tersedia di media sosial, terutama terkait dengan pengungkapan informasi pribadi. Penelitian menunjukkan bahwa individu yang secara aktif membagikan informasi pribadi di platform sosial memiliki risiko lebih tinggi untuk menjadi target DA, karena informasi tersebut dapat dimanfaatkan oleh pelaku agresi untuk menyerang secara digital (Wright, 2013).

Selain itu, sifat anonim yang sering kali ada di media sosial dapat meningkatkan kecenderungan individu untuk terlibat dalam perilaku agresif, karena mereka merasa tidak bertanggung jawab atas tindakan mereka (Wright, 2013; Young et al., 2018). Penelitian juga menunjukkan bahwa perilaku agresi digital dapat berhubungan dengan faktor-faktor psikologis seperti empati yang rendah dan keterlibatan moral yang tinggi, yang berkontribusi pada meningkatnya agresi di kalangan remaja (Ouvrein et al., 2018). Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kesadaran dan pendidikan mengenai risiko agresi digital serta cara melindungi diri di dunia maya.

Tingginya antusiasme dan fanatisme yang dimiliki para suporter terkadang menimbulkan suatu perilaku negatif, salah satunya adalah perilaku agresif verbal Utomo & Kristianingsih (2023). Sejalan dengan hal tersebut Ratri (2017) mengungkapkan fanatisme terhadap klub adalah sebuah antusiasme atau kecintaan yang berlebihan terhadap suatu klub tertentu. Suporter sepak bola yang fanatik terkadang tindakannya menjadi kurang terkontrol. Fanatisme terhadap klub dipandang sebagai penyebab menguatnya perilaku kelompok yang seringkali memunculkan perilaku agresif. Fanatisme suporter terhadap suatu klub sepak bola sering kali menimbulkan berbagai masalah perilaku agresif.

Perilaku agresi verbal dalam komunitas penggemar sepak bola dapat menimbulkan berbagai dampak negatif yang serius, termasuk kemarahan, kebencian, dan dendam. Sebagaimana dikemukakan oleh Hapsah & Muslim (2021), dampak dari perilaku agresi verbal ini sering kali memperburuk konflik di antara penggemar, yang dapat memicu siklus balas dendam. Penelitian mereka menunjukkan bahwa beberapa responden mengakui melakukan tindakan agresi verbal sebagai bentuk pembalasan atas agresi yang sebelumnya dilakukan oleh penggemar tim lain. Fenomena ini konsisten dengan temuan bahwa agresi verbal tidak hanya memicu respons emosional negatif, tetapi juga memperkuat pola interaksi destruktif di antara penggemar (Smith et al., 2020).

Perilaku agresi verbal dalam komunitas penggemar sepak bola dapat menimbulkan dampak psikologis yang signifikan, termasuk perasaan marah, kebencian, dan keinginan untuk membalas dendam. Sebagaimana diungkapkan oleh Anderson dan Bushman (2002), agresi verbal sering kali menjadi pemicu utama dari siklus kekerasan yang berkelanjutan, di mana tindakan agresif satu pihak mendorong respons balas dendam dari pihak lain. Agresi verbal merupakan bentuk perilaku yang sering kali termanifestasi melalui ungkapan-ungkapan yang bertujuan untuk melukai atau menyakiti orang lain secara psikologis dan emosional. Menurut Buss dan Perry (1992), agresi verbal melibatkan komponen motorik yang mencakup tindakan seperti berdebat dengan intensitas tinggi untuk menunjukkan ketidaksukaan atau ketidaksetujuan, menyebarkan gossip yang merusak reputasi seseorang, serta perilaku sarkastis yang dirancang untuk merendahkan atau menghina orang lain. Dari definisi ini, indikator agresi verbal dapat dikategorikan menjadi tiga aspek utama: (1) berdebat atau menunjukkan ketidaksukaan/kebencian, (2) menyebarkan gossip, dan (3) bersikap sarkastis.

Fanatisme dan perilaku agresif sering kali dikaitkan dengan penggemar dalam dunia olahraga. Penelitian sebelumnya yang meneliti keterkaitan antara fanatisme dan agresivitas di kalangan suporter sepak bola mengungkapkan adanya korelasi antara tingkat fanatisme dengan perilaku agresif yang ditunjukkan oleh suporter klub sepak bola (Hapsari & Wibowo, 2015). Bergabung dengan komunitas olahraga cenderung menciptakan kesamaan perasaan di antara para penggemar, pelatih, dan pemain dalam tim, yang pada gilirannya dapat memicu perilaku agresif secara verbal akibat antusiasme, kebahagiaan, kemarahan, atau kekecewaan (Wann et al., 2015). Selain itu, penelitian lain menunjukkan bahwa identitas kelompok penggemar sangat penting bagi individu penggemar itu sendiri, dan tingkat identifikasi terhadap kelompok ini dapat mempengaruhi perilaku agresif yang ditampilkan oleh komunitas penggemar (Rahmati et al., 2014).

Penelitian tentang perilaku agresif yang didorong oleh fanatisme dalam konteks komunitas penggemar olahraga telah menjadi area kajian yang penting dan relevan. Namun, dengan kemunculan dan perkembangan pesat media sosial, penelitian-penelitian sebelumnya yang berfokus pada agresivitas di kalangan suporter olahraga perlu ditinjau kembali dalam konteks yang lebih modern. Fenomena baru ini menawarkan dimensi tambahan yang memerlukan investigasi mendalam, terutama terkait bagaimana fanatisme suporter sepak bola dapat mempengaruhi perilaku agresif verbal yang terjadi di platform digital seperti Instagram, Twitter, dan media sosial lainnya.

Khususnya, media sosial telah menjadi medan baru di mana perilaku agresif verbal dapat berkembang dan menyebar dengan cepat, didorong oleh anonimnya interaksi digital serta kemudahan akses untuk mengekspresikan emosi secara tidak terkendali. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi dan memahami dinamika baru ini, yaitu bagaimana fanatisme yang kuat dapat memicu perilaku agresif verbal di ruang digital, yang pada gilirannya, dapat merusak ekosistem sosial dari komunitas penggemar sepak bola.

METODE

Desain dan Teknik Sampling

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi yang berfungsi untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pengaruh fanatisme terhadap agresi verbal yang dilakukan oleh suporter sepak bola di media sosial. Penelitian ini memfokuskan pada bagaimana perilaku fanatik dapat bereskalasi menjadi bentuk agresi verbal dalam lingkungan digital, terutama dalam konteks sepak bola. Penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif, di mana hipotesis diuji melalui pengumpulan dan analisis data numerik.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna media sosial di Indonesia, yang dipilih dengan asumsi bahwa mereka memiliki potensi terlibat dalam diskusi, debat, atau interaksi lain yang berkaitan dengan sepak bola. Mengingat luasnya populasi tersebut, penelitian ini memilih responden dari kalangan mahasiswa aktif yang berjumlah 508 orang. Mahasiswa dipilih karena mereka sering menjadi pengguna aktif media sosial dan cenderung memiliki keterlibatan yang tinggi dalam komunitas daring, termasuk yang terkait dengan sepak bola. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*, yang juga dikenal sebagai *convenience sampling*. Teknik ini dipilih karena kemudahannya dalam menjangkau responden yang tersedia dan bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa *accidental sampling* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dianggap orang tersebut kebetulan sesuai dengan sumber data yang diharapkan.

Tabel 1. Deskriptif Responden Penelitian

| Jenis kelamin | Frekuensi | % |
|---------------|-----------|-------|
| Laki-laki | 459 | 90.35 |
| Perempuan | 49 | 9.65 |
| Total | 508 | 100 |

Dari total 508 responden, mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebanyak 459 orang, yang mencakup 90,35% dari total responden. Sementara itu, responden perempuan hanya berjumlah 49 orang, atau 9,65% dari total keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, partisipasi laki-laki jauh lebih dominan dibandingkan perempuan.

Tabel 2. Deskripsi usia responden penelitian.

| Usia | N | Persentase |
|-------|-----|------------|
| 17 | 2 | 0.39% |
| 18 | 4 | 0.79% |
| 19 | 42 | 8.27% |
| 20 | 57 | 11.22% |
| 21 | 49 | 9.65% |
| 22 | 57 | 11.22% |
| 23 | 55 | 10.83% |
| 24 | 34 | 6.69% |
| 25 | 36 | 7.09% |
| 26 | 29 | 5.71% |
| 27 | 24 | 4.72% |
| 28 | 25 | 4.92% |
| 29 | 18 | 3.54% |
| 30 | 13 | 2.56% |
| 31 | 11 | 2.17% |
| 32 | 8 | 1.57% |
| 33 | 9 | 1.77% |
| 34 | 7 | 1.38% |
| 35 | 10 | 1.97% |
| 36 | 3 | 0.59% |
| 37 | 4 | 0.79% |
| 38 | 1 | 0.20% |
| 39 | 3 | 0.59% |
| 40 | 4 | 0.79% |
| 42 | 1 | 0.20% |
| 42 | 1 | 0.20% |
| 45 | 1 | 0.20% |
| Total | 508 | 100% |

Tabel diatas menyajikan distribusi usia responden penelitian yang mencakup rentang usia dari 17 hingga 45 tahun. Mayoritas responden berada dalam kelompok usia muda, dengan usia 20 dan 22 tahun masing-masing mendominasi sebesar 11,22%, dan diikuti oleh usia 23 tahun sebesar 10,83%. Responden berusia 21 tahun juga memiliki persentase yang cukup signifikan yaitu 9,65%. Secara keseluruhan, usia 20 hingga 23 tahun merupakan rentang usia yang paling banyak terwakili dalam penelitian ini. Sebaliknya, kelompok usia yang lebih tua (di atas 30 tahun) cenderung memiliki representasi yang lebih kecil, dengan persentase di bawah 3% untuk setiap kelompok usia, kecuali usia 25 dan 26 tahun yang masing-masing berkontribusi sebesar 7,09% dan 5,71%. Variasi dalam distribusi usia ini mungkin menunjukkan karakteristik populasi yang lebih muda sebagai subjek penelitian, yang dapat memberikan perspektif spesifik dalam konteks penelitian yang berfokus pada agresi verbal dan fanatisme di media sosial.

Tabel 3. Kategori jenis media sosial yang digunakan

| Sosial Media | N | Presentase |
|------------------------------------|-----|------------|
| Twitter, Instagram | 195 | 38.39% |
| Twitter, Instagram, Facebook | 131 | 25.79% |
| Twitter | 86 | 16.93% |
| Twitter, Instagram, LINE, Facebook | 41 | 8.07% |
| Twitter, Instagram, LINE | 31 | 6.10% |
| Twitter, Facebook | 14 | 2.75% |
| Instagram | 5 | 0.98% |
| Twitter, LINE | 3 | 0,59% |
| Facebook | 1 | 0.20% |
| Instagram, Facebook | 1 | 0.20% |
| Total | 508 | 100% |

Instrumen

Dalam penelitian ini, variabel fanatisme diukur menggunakan skala yang telah dimodifikasi berdasarkan aspek-aspek yang diidentifikasi oleh Goddard (2001). Aspek-aspek ini mencakup: (1) intensitas minat dan kecintaan individu terhadap suatu jenis kegiatan, (2) sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tersebut, (3) durasi waktu yang dihabiskan oleh individu dalam menekuni kegiatan tersebut, dan (4) motivasi yang datang dari keluarga. Skala fanatisme ini awalnya terdiri dari 20 aitem, namun setelah dilakukan uji coba, hanya 12 aitem yang dipertahankan

karena memenuhi kriteria validitas dengan nilai koefisien korelasi (r) berkisar antara 0.344 hingga 0.648.

Selanjutnya, reliabilitas skala fanatisme ini juga diuji menggunakan koefisien alpha (α), di mana hasilnya menunjukkan nilai yang cukup tinggi, yaitu 0.810, mengindikasikan bahwa skala ini memiliki konsistensi internal yang baik. Dengan desain skala Likert, penilaian terhadap pernyataan-pernyataan dalam skala ini dibagi menjadi empat kategori: sangat setuju (SS) dengan skor 4, setuju (S) dengan skor 3, tidak setuju (TS) dengan skor 2, dan sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1. Namun, untuk aitem yang bersifat tidak mendukung (unfavorable), skoringnya dibalik: sangat setuju (SS) diberikan skor 1, setuju (S) skor 2, tidak setuju (TS) skor 3, dan sangat tidak setuju (STS) skor 4.

Skala yang diterapkan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel agresi verbal adalah skala yang telah disesuaikan berdasarkan dimensi-dimensi yang diidentifikasi oleh Levinson (1994). Penyesuaian ini mencakup dua bentuk utama dari agresi verbal, yaitu agresi verbal yang nyata (overt) dan agresi verbal yang tersembunyi (covert). Kedua jenis agresi ini menggambarkan aspek penting dalam memahami bagaimana perilaku agresif dapat diungkapkan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam interaksi sosial.

Awalnya, skala agresi verbal ini terdiri dari 17 aitem, namun setelah melalui proses pengujian dan validasi yang mendalam, jumlah aitem yang digunakan dipangkas menjadi 11. Pemilihan aitem-aitem tersebut didasarkan pada nilai koefisien korelasi (r) yang berada dalam kisaran 0,513 hingga 0,791, yang menunjukkan hubungan yang kuat dan signifikan antara aitem dengan konsep agresi verbal yang diukur. Selain itu, skala ini juga memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi dengan koefisien alpha (α) sebesar 0,895, menandakan bahwa skala ini memiliki konsistensi internal yang sangat baik dan dapat diandalkan untuk mengukur agresi verbal secara akurat dalam konteks penelitian ini. Dengan desain skala Likert, penilaian terhadap pernyataan-pernyataan dalam skala ini dibagi menjadi empat kategori: sangat setuju (SS) dengan skor 4, setuju (S) dengan skor 3, tidak setuju (TS) dengan skor 2, dan sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1. Namun, untuk aitem yang bersifat tidak mendukung (unfavorable), skoringnya dibalik: sangat setuju (SS) diberikan skor 1, setuju (S) skor 2, tidak setuju (TS) skor 3, dan sangat tidak setuju (STS) skor 4.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4. Deskriptif agresi verbal

| Interval | Kategori | Jumlah | Presentase |
|----------|----------|--------|------------|
|----------|----------|--------|------------|

| | | | |
|-----------|--------|-----|--------|
| $X > 40$ | Tinggi | 474 | 93.31% |
| $26 - 40$ | Sedang | 34 | 6.69% |
| $X < 26$ | Rendah | 0 | 0% |
| Total | | 508 | 100% |

Berdasarkan data yang diperoleh, dari total 508 responden yang diteliti, sebanyak 474 responden atau sekitar 93,31% menunjukkan tingkat agresi verbal yang rendah. Pada kategori sedang, terdapat 34 responden atau 6,69% yang menunjukkan tingkat agresi verbal yang sedang. Menariknya, tidak ada responden yang termasuk dalam kategori agresi verbal yang tinggi, dengan persentase 0%.

Tabel 5. Deskriptif fanatisme

| Interval | Kategori | Jumlah | Presentase |
|-----------|----------|--------|------------|
| $X > 44$ | Tinggi | 36 | 7.09% |
| $28 - 44$ | Sedang | 450 | 88.58% |
| $X < 28$ | Rendah | 36 | 7.09% |
| Total | | 508 | 100% |

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel, terlihat bahwa sebagian besar responden berada pada tingkat fanatisme yang sedang. Secara rinci, hanya 7,09% dari total responden yang memiliki tingkat fanatisme rendah, sedangkan 88,58% berada pada kategori fanatisme sedang. Hanya sebagian kecil, yaitu 4,33%, yang menunjukkan tingkat fanatisme yang tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas suporter sepak bola cenderung memiliki keterikatan yang kuat namun tetap berada dalam batas yang tidak ekstrem.

Tabel 6. Deskriptif agresi verbal

| Variabel | Hipotetik | | | |
|---------------|-----------|-----|------|------|
| | Min | Max | Mean | SD |
| Agresi verbal | 11 | 55 | 33 | 7,33 |
| Fanatisme | 12 | 60 | 36 | 8 |

Skala agresi verbal dalam penelitian ini terdiri dari 11 item pertanyaan yang dirancang untuk mengukur tingkat agresi verbal pada responden, dengan rentang skor mulai dari 1 hingga 4. Berdasarkan data yang diperoleh, rata-rata (mean) dari skala agresi verbal adalah 7,33, dengan standar deviasi sebesar 8. Hal ini menunjukkan adanya variasi yang signifikan dalam respons terhadap item-item yang mengukur agresi verbal. Tabel juga menunjukkan bahwa skor minimum yang dicapai pada skala ini adalah 11, sedangkan skor maksimum mencapai 55. Rentang skor ini mengindikasikan bahwa ada perbedaan besar dalam tingkat agresi verbal di antara

responden, yang bisa diartikan bahwa sebagian responden menunjukkan tingkat agresi verbal yang relatif rendah, sementara yang lain menunjukkan tingkat yang jauh lebih tinggi.

Tabel 7. Hasil uji normalitas

| Statistic | P |
|-----------|-------|
| 0.083 | 0.004 |

Uji normalitas dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan apakah data yang diperoleh terdistribusi secara normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan hasil yang menunjukkan nilai sig sebesar 0,004. Berdasarkan kaidah umum dalam analisis statistik, data dapat dianggap terdistribusi normal jika nilai $p > 0,05$.

Tabel 8. Hasil uji hipotesis

| Arah signifikansi | P | (β) |
|---------------------------|-------|-------------|
| Fanatisme → Agresi verbal | 0.003 | 0.055 |

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel fanatisme menunjukkan signifikansi dengan nilai $p < 0,05$, yang menunjukkan bahwa hasil analisis ini berada pada tingkat kepercayaan yang diterima dalam penelitian ini. Angka arah pengaruh yang sebesar 0,107 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara fanatisme dan perilaku agresi verbal, yang berarti peningkatan fanatisme di kalangan suporter sepak bola berhubungan dengan peningkatan agresi verbal.

Lebih lanjut, nilai besaran pengaruh yang mencapai 0,055 menunjukkan bahwa fanatisme memberikan kontribusi sebesar 5,5% terhadap variabilitas dalam perilaku agresi verbal. Ini mengindikasikan bahwa meskipun pengaruh fanatisme signifikan secara statistik, namun pengaruhnya tidak terlalu besar dalam konteks ini. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0), yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh fanatisme terhadap agresi verbal, dinyatakan ditolak.

Meskipun faktor-faktor individu seperti fanatisme dapat memengaruhi perilaku agresif, seringkali kontribusi tersebut hanya merupakan sebagian kecil dari berbagai faktor lain yang lebih kompleks. Oleh karena itu, meskipun fanatisme memiliki pengaruh terhadap agresi verbal, penelitian ini juga menggarisbawahi perlunya mempertimbangkan faktor-faktor lain, seperti konteks sosial dan psikologis, yang mungkin berperan lebih besar dalam memicu perilaku agresi verbal di media sosial.

Pembahasan

Dalam penelitian ini, telah dilakukan pengujian terhadap pengaruh fanatisme terhadap agresi verbal di kalangan suporter sepak bola di media sosial. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, hasil temuan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara fanatisme dan agresi verbal, namun pengaruh tersebut relatif kecil. Secara khusus, pengaruh fanatisme terhadap munculnya perilaku agresi verbal hanya mencapai 5,5%. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun terdapat hubungan positif antara tingkat fanatisme suporter sepak bola dengan frekuensi dan intensitas agresi verbal yang ditampilkan di media sosial, pengaruh fanatisme tidak dapat dikategorikan sebagai faktor dominan.

Hasil penelitian ini mengonfirmasi adanya korelasi positif antara fanatisme dan agresi verbal, serta menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari fanatisme terhadap perilaku agresi verbal. Namun, besaran pengaruh tersebut tidak terlalu besar, sehingga fanatisme secara statistik tidak dapat dianggap sebagai faktor utama yang secara langsung mempengaruhi tingkat agresi verbal pada suporter sepak bola di media sosial.

Hasil analisis deskriptif dari penelitian ini mengungkapkan distribusi tingkat fanatisme di kalangan responden sebagai berikut: terdapat 36 orang responden yang menunjukkan tingkat fanatisme rendah, 450 orang responden dengan tingkat fanatisme sedang, dan 22 orang responden yang memiliki tingkat fanatisme tinggi. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam kategori fanatisme sedang. Dalam hal media sosial sebagai sarana untuk agresi verbal, Twitter dan Instagram merupakan platform yang paling sering digunakan, dengan total 195 kasus, yang setara dengan 38,39% dari keseluruhan agresi verbal yang teridentifikasi. Ini menyoroti peran signifikan kedua platform tersebut dalam menyebarkan perilaku agresif di kalangan suporter sepak bola.

Rentang usia responden penelitian ini bervariasi dari 17 hingga 48 tahun. Distribusi usia menunjukkan bahwa kelompok usia 21 hingga 30 tahun merupakan kelompok yang dominan, dengan 340 responden atau 66,93% dari total sampel. Kelompok usia 17 hingga 20 tahun mencakup 105 responden, atau 20,67%, sementara kelompok usia 31 hingga 40 tahun terdiri dari 60 responden (11,81%). Kelompok usia di atas 40 tahun sangat kecil, dengan hanya 3 responden atau 0,59%. Dari segi jenis kelamin, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, dengan jumlah 459 orang (90,35%), sedangkan responden perempuan berjumlah 49 orang (9,65%). Distribusi jenis kelamin ini mengindikasikan dominasi laki-laki dalam kelompok suporter sepak bola yang terlibat dalam penelitian ini.

Marimaa (2011) menjelaskan bahwa fanatisme pada seseorang ditandai dengan ketidakmampuan untuk mentolerir gagasan dari penggemar lain, yang dapat memicu perilaku agresif. Fenomena ini terjadi karena individu yang fanatik sangat fokus pada hidup dan identitas mereka yang terhubung dengan entitas yang didukung, sehingga mereka cenderung mengidentifikasi diri dengan figur atau tim yang diidolakan. Sikap fanatisme ini sering kali menuntun pada perilaku negatif, termasuk tindakan agresif. Selaras dengan temuan tersebut, Aziz (2022) mengemukakan bahwa tingkat fanatisme yang tinggi di kalangan suporter berpotensi menyebabkan tingkat perilaku agresi yang lebih tinggi. Sebaliknya, fanatisme yang rendah cenderung berkorelasi dengan potensi perilaku agresif yang lebih rendah. Suporter yang sangat fanatik, khususnya remaja, menunjukkan dedikasi ekstrem terhadap klub kesayangan mereka melalui berbagai aktivitas, seperti membeli atribut klub, menghadiri pertandingan meskipun lokasi tidak strategis, dan membela klub dari hinaan serta ejekan.

Agresi verbal akibat fanatisme didefinisikan sebagai tindakan komunikasi yang bertujuan untuk menyakiti atau merendahkan perasaan individu lain, yang muncul sebagai respons terhadap tingkat fanatisme yang tinggi terhadap suatu tim olahraga atau entitas yang didukung. Dalam konteks ini, agresi verbal mencakup ekspresi seperti makian, hinaan, ejekan, atau komentar negatif yang diarahkan kepada lawan, sesama suporter, atau pihak-pihak yang dianggap mengancam identitas atau dukungan terhadap tim yang diidolakan. Utomo & Kristianingsih (2023) Tingkat fanatisme yang lebih tinggi pada seorang suporter meningkatkan kemungkinan terjadinya perilaku agresif verbal. Penelitian mengungkapkan bahwa fanatisme tidak hanya memperbesar peluang terjadinya agresi verbal, tetapi keterikatan emosional yang kuat dapat memicu perilaku agresif sebagai bentuk pembelaan terhadap tim.

Dalam konteks agresi verbal, Buss dan Perry (1992) mengidentifikasi bahwa perilaku ini mencakup cara-cara individu mengekspresikan kemarahan atau ketidakpuasan melalui komunikasi, dengan agresi verbal aktif langsung sebagai bentuk yang paling jelas. Bentuk ini melibatkan serangan verbal terbuka dan langsung, seperti makian atau komentar merendahkan yang ditujukan kepada individu lain. Penelitian Winarlin et al. (2016) mendefinisikan agresi verbal sebagai bentuk perilaku agresif yang bertujuan menyakiti perasaan orang lain melalui kata-kata, termasuk tindakan seperti menghina, membentak, mengejek, mengolok-olok, dan merendahkan individu atau kelompok. Pradipta (2016) juga mencatat bahwa agresi verbal sering digunakan untuk mempertahankan keyakinan yang dianggap benar, di mana individu mungkin menggunakan kata-kata yang dirancang untuk menyakiti perasaan lawan sebagai cara untuk melemahkan mental mereka.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa pengujian memberikan angka arah pengaruh sebesar 0,107, yang mengindikasikan adanya pengaruh positif dari fanatisme terhadap perilaku agresi verbal. Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat fanatisme, semakin besar kecenderungan untuk terlibat dalam perilaku agresif verbal. Meskipun terdapat pengaruh positif, nilai besaran pengaruh yang ditemukan adalah 0,055, yang menunjukkan bahwa fanatisme berkontribusi terhadap perilaku agresi verbal sebesar 5,5%. Dengan kata lain, meskipun fanatisme memiliki efek positif terhadap perilaku agresi verbal, kontribusi relatifnya terhadap keseluruhan perilaku agresi verbal adalah moderat, yakni hanya sebesar 5,5%. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun fanatisme memainkan peran dalam meningkatkan kemungkinan terjadinya agresi verbal, pengaruhnya tidak dominan atau sangat kuat. Berdasarkan temuan ini, hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara fanatisme dan perilaku agresi verbal dapat ditolak. Artinya, data mendukung adanya hubungan antara kedua variabel, meskipun pengaruh yang terukur relatif kecil.

Zimmerman (2012) menunjukkan bahwa fanatisme adalah salah satu faktor yang mendorong terjadinya perilaku agresif verbal di sosial media. Sejalan dengan hal tersebut Eliani et al (2018) menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara fanatisme dan agresi verbal: semakin tinggi tingkat fanatisme, semakin tinggi pula kecenderungan untuk melakukan agresi verbal. Sebaliknya, semakin rendah tingkat fanatisme, semakin rendah pula agresi verbal yang terjadi. Temuan ini menunjukkan bahwa fanatisme yang tinggi meningkatkan perilaku agresif verbal, sementara fanatisme yang rendah mengurangi kecenderungan tersebut.

Temuan dalam penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Kurniawan (2019), yang mengeksplorasi pengaruh fanatisme dan kontrol diri terhadap agresi verbal di kalangan pendukung calon presiden dan wakil presiden 2019 di Kota Malang. Kurniawan menemukan bahwa fanatisme memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku agresif verbal, menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat fanatisme, semakin besar kecenderungan untuk terlibat dalam agresi verbal. Penelitian ini juga sejalan dengan temuan dari Agriawan (2016), yang menyelidiki hubungan antara fanatisme dan perilaku agresi pada suporter sepak bola. Hasil dari penelitian tersebut mengkonfirmasi adanya hubungan positif antara tingkat fanatisme suporter sepak bola dengan tingkat perilaku agresi. Ini berarti bahwa tingkat fanatisme yang lebih tinggi pada suporter sepak bola berhubungan langsung dengan peningkatan perilaku agresif mereka.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa fanatisme, yang mengarah pada identifikasi yang mendalam dengan entitas yang didukung, berpotensi memicu agresi

verbal melalui kebutuhan untuk mempertahankan identitas dan keyakinan pribadi. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa fanatisme tidak hanya memengaruhi intensitas dukungan, tetapi juga dapat meningkatkan kecenderungan untuk terlibat dalam perilaku agresif, khususnya dalam bentuk agresi verbal di media sosial. Temuan ini mengarah pada kemungkinan bahwa faktor-faktor lain seperti rivalitas antar tim, provokasi, dan norma etika budaya ketimuran mungkin juga berperan signifikan dalam mempengaruhi perilaku agresif. Oleh karena itu, meskipun fanatisme memiliki kontribusi terhadap agresi verbal, faktor-faktor kontekstual dan situasional lainnya perlu dipertimbangkan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang dinamika perilaku agresif di kalangan suporter sepak bola di media sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa fanatisme memiliki peran signifikan dalam mendorong perilaku agresif verbal di kalangan suporter sepak bola di media sosial. Meskipun pengaruh fanatisme terhadap agresi verbal tidak terlalu besar, dengan besaran pengaruh sebesar 5,5%, arah pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat fanatisme, semakin besar kemungkinan suporter untuk terlibat dalam perilaku agresif verbal.

Temuan ini menunjukkan bahwa fanatisme tidak hanya memperbesar peluang terjadinya agresi verbal, tetapi juga bahwa dedikasi ekstrem dan keterikatan emosional yang kuat terhadap tim olahraga dapat memicu perilaku agresif verbal sebagai bentuk perlindungan terhadap identitas tim yang didukung. Oleh karena itu, penting bagi komunitas suporter, pengelola klub, dan platform media sosial untuk memahami dinamika ini dan mengembangkan pendekatan yang dapat membantu mengelola dan mengurangi dampak negatif dari fanatisme berlebihan.

Selain itu penelitian ini juga mengungkapkan bahwa tingkat fanatisme di kalangan suporter sepak bola berhubungan positif dengan frekuensi dan intensitas perilaku agresif verbal yang terlihat di media sosial. Meskipun terdapat korelasi positif antara fanatisme dan agresi verbal, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengaruh fanatisme terhadap perilaku agresif verbal cukup signifikan namun tidak dominan. Dengan kata lain, fanatisme tidak menjadi faktor utama yang secara langsung menentukan tingkat agresi verbal di antara suporter sepak bola di media sosial. Hal ini menunjukkan adanya kemungkinan faktor lain yang turut berkontribusi, seperti rivalitas, provokasi, dan norma etika budaya Timur.

REFERENSI

Agriawan, D. (2016). *Hubungan fanatisme dengan perilaku agresi suporter sepakbola*

- malang. (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Malang. Diambil dari: <http://eprints.umm.ac.id/34348/1/jiptumpp-gdl-debryagria-42910-1-skripsi-6.pdf>
- Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2002). Human aggression. *Annual Review of Psychology*, 53, 27-51. <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.psych.53.100901.135231>
- Aziz, H., Sitasari, N. W., & Safitri, M. (2022). Suporter Remaja Sepak Bola: Fanatisme Mempengaruhi Perilaku Agresi?. *JCA of Psychology*, 3(01). 82-91. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jpsy/article/view/191/193>
- Buss, A. H., & Perry, M. (1992). The aggression questionnaire. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 452–459. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.63.3.452>
- Damota, M.D. (2019). The Effect of Social Media on Society. *New Media and Mass Communication*. <https://doi.org/10.7176/NMMC.vol787-11>
- Fajriani, S. W., Sekarningrum, B., & Sulaeman, M. (2021). Cyberspace: Dampak Penyimpangan Perilaku Komunikasi Remaja (Cyberspace: The Impact of Adolescent Communication Behavior Deviation). *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 23(1), 63-78. <https://dx.doi.org/10.33164/iptekkom.23.1.2021.63%20-%2078>
- Goddard, H. 2001. *Civil Religion*. New York: Cambridge University Press.
- Hapsah, S., & Muslim, A. (2021). Perilaku Agresi Verbal dan Perilaku Agresi Relational pada Remaja Perempuan. *Jurnal Konseling Komprehensif: Kajian Teori dan Praktik Bimbingan dan Konseling*, 8(1), 60-70. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jkonseling/index>
- Hapsari, I., & Wibowo, I. (2015). Fanatisme dan agresivitas suporter klub sepak bola. *Jurnal Psikologi*, 8(1), 1–7. <https://doi.org/10.35760/psi.2015.v8i1.1291>
- Jang, H., Olfman, L., Ko, I., Koh, J., & Kim, K. (2008). The influence of on-line brand community characteristics on community commitment and brand loyalty. *International journal of electronic commerce*, 12(3), 57-80. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415120304>
- Marimaa, K. (2011). The many faces of fanaticism. *KVÜÖA toimetised*, (14), 29-55. https://www.ksk.edu.ee/wp-content/uploads/2012/12/KVUOA_Toimetised_14_2_kalmer_marimaa.pdf
- Ouvrein, G., Backer, C., & Vandebosch, H. (2018). Online celebrity aggression: a combination of low empathy and high moral disengagement? the relationship between empathy and moral disengagement and adolescents' online celebrity aggression. *Computers in Human Behavior*, 89, 61-69.

- <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.07.029>
- Pradipta, A. (2016). *Fenomena perilaku haters di media sosial* (Skripsi). Universitas Diponegoro. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/12202/11853>
- Rahmati, M. M., Kabiri, S., & ShadManfaat, S. M. (2014). Team identification, sport fandom identity and willingness to verbal/physical aggressive actions among soccer fans. *International Journal of Basic Sciences and Applied Research*, 3(10), 760–764. <http://isicenter.org/fulltext/paper-322.pdf>
- Ratri, a. M. A. (2017). *Hubungan antara fanatisme terhadap klub dengan kecenderungan perilaku agresif pada suporter klub sepak bola di yogyakarta* (doctoral dissertation, universitas gadjah mada).
- Romero-Jara, E., Solanellas, F., Muñoz, J., & López-Carril, S. (2023). Connecting with fans in the digital age: an exploratory and comparative analysis of social media management in top football clubs. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-12. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02357-8>
- Smith, J., Johnson, R., & Miller, T. (2020). The impact of verbal aggression on fan behavior in sports settings. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 18(4), 345-360. <https://doi.org/10.1080/1612197X.2020.1761234>
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology & behavior*, 7(3), 321-326. <http://dx.doi.org/10.1089/1094931041291295>
- Utomo, G., & Kristianingsih, S. (2023). Hubungan fanatisme dengan perilaku agresif verbal suporter sepak bola di media sosial menanggapi kebijakan pssi pada masa pandemi. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 5(2). <http://dx.doi.org/10.33024/jpm.v5i2.8319>
- Wann, D. L., Weaver, S., Belva, B., Ladd, S., & Armstrong, S. (2015). Investigating the Impact of Team Identification on the Willingness to Commit Verbal and Physical Aggression by Youth Baseball Spectators. *Journal of Amateur Sport*, 1(1), 1-28. <https://doi.org/10.17161/jas.v1i1.4919>
- Wright, M. (2013). The relationship between young adults' beliefs about anonymity and subsequent cyber aggression. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 16(12), 858-862. <https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0009>
- Young, R., Miles, S., & Alhabash, S. (2018). Attacks by anons: a content analysis of aggressive posts, victim responses, and bystander interventions on a social media site. *Social Media + Society*, 4(1), 205630511876244. <https://doi.org/10.1177/2056305118762444>
- Zimmerman, A. G. (2012). Online aggression: The influences of anonymity and

Arya Hidayat Syam

social modeling (thesis). *Psychology of Popular Media Culture*. North Florida. <https://doi.org/10.1037/ppm0000038>