

Psikohumaniora

Jurnal Penelitian Psikologi

What Millennials Want: How to Optimize Their Work
Anandre Forastero, Bertina Sjabadhyni, Martina Dwi Mustika

Konseling Kelompok *Active Music Therapy* Berbasis *Cognitive Behavior Therapy* (CBT) untuk Meningkatkan *Self-Efficacy* Mahasiswa *Millennials*
Dominikus David Biondi Situmorang, Mungin Eddy Wibowo, Mulawarman

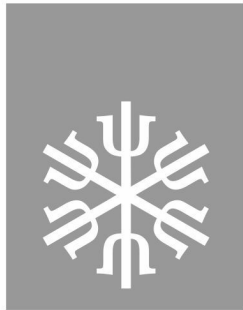
Strategi Penanganan Konflik pada Proses Penggabungan Perguruan Tinggi Swasta
Nidya Dudija

Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola *K-Pop*
Jenni Eliani, M. Salis Yuniardi, Alifah Nabilah Mastura

Aplikasi *Rasch Model* dalam Mengevaluasi *Intelligenz Structure Test* (IST)
Yulinda Erma Suryani

Hubungan antara Amanah dan Dukungan Sosial dengan Kesejahteraan Subjektif Mahasiswa Perantau
Muflihah Azahra Iska Hasibuan, Novia Anindhita, Nurul Hikmah Maulida, Fuad Nashori

Peningkatan Resiliensi Perempuan Korban Pelecehan Seksual Melalui Pelatihan Regulasi Emosi
Izzaturrohmah, Nuristighfari Masri Khaerani



Vol 3, No 1 (2018)

ISSN 2502-9363 (print)
ISSN 2527-7456 (online)

Psikohumaniora

Jurnal Penelitian Psikologi

Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi, ISSN 2502-9363 (print); ISSN 2527-7456 (online) is a research journal published by Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia. It's published each May and November, always put the human and humanity as the main focus of academic study with a comprehensive approach. The journal is a medium to communicate the results of research related to psychology, published to serve the study of psychology forum in Indonesia and other parts of the world in a global context.

Editor in Chief

Baidi Bukhori, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia

Managing Editor

Nikmah Rochmawati, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia

Editor

Abdul Wahib, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia

Dewi Khurun Aini, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia

Fuad Nashori, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

Hamdan Hadi Kusuma, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia

Rifa Hidayah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia

Widiastuti, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia

Graphic/Layout Editor

Helmi Suyanto, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia

Publisher

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan
Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia

Mail Address

Gedung Fakultas Psikologi dan Kesehatan

Universitas Islam Negeri Walisongo

Jl. Prof. Dr. HAMKA, KM 2 Semarang 50185, Central Java, Indonesia

Phone (+62.24) 76433819

<http://journal.walisongo.ac.id/index.php/Psikohumaniora/>

e-mail: psikohumaniora@walisongo.ac.id

Instruction to Authors

Guidelines for authors can be read at Author Guidelines, which are in accordance with the Publication Manual of the American Psychological Association (6th ed., 2010)

(<http://journal.walisongo.ac.id/index.php/Psikohumaniora/about/submissions#authorGuidelines>)



ISSN 2502-9363 (print)
ISSN 2527-7456 (online)

Psikohumaniora
Jurnal Penelitian Psikologi

Table of Contents

What Millennials Want: How to Optimize Their Work Anandre Forastero, Bertina Sjabadhyni, Martina Dwi Mustika	1 - 16
Konseling Kelompok <i>Active Music Therapy</i> Berbasis <i>Cognitive Behavior Therapy (CBT)</i> untuk Meningkatkan <i>Self-Efficacy</i> Mahasiswa <i>Millennials</i> Dominikus David Biondi Situmorang, Mungin Eddy Wibowo, Mulawarman	17 - 36
Strategi Penanganan Konflik pada Proses Penggabungan Perguruan Tinggi Swasta Nidya Dudija	37 - 58
Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop Jenni Eliani, M. Salis Yuniardi, Alifah Nabilah Mastura	59 - 72
Aplikasi Rasch Model dalam Mengevaluasi <i>Intelligenz Structure Test (IST)</i> Yulinda Erma Suryani	73 - 100
Hubungan antara Amanah dan Dukungan Sosial dengan Kesejahteraan Subjektif Mahasiswa Perantau Muflihah Azahra Iska Hasibuan, Novia Anindhita, Nurul Hikmah Maulida, Fuad Nashori	101 - 116
Peningkatan Resiliensi Perempuan Korban Pelecehan Seksual Melalui Pelatihan Regulasi Emosi Izzaturrohmah, Nuristighfari Masri Khaerani	117 - 140
Author Guidelines	
Acknowledgements	



Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola *K-Pop*

Jenni Eliani,¹ M. Salis Yuniardi,² Alifah Nabilah Masturah³

Universitas Muhammadiyah Malang

Abstract: Verbal aggressive behavior that often occurs in social media is usually triggered by fanaticism on certain objects. The purpose of this research is to look at the relationship of fanaticism with verbal aggressive behavior in social media conducted by fans-idol of K-pop. This research used correlational quantitative method. The subjects of this study are fans-idol of K-pop numbered 915 people. Data collected with fanaticism scale and verbal aggression in media social scale. The data retrieval is done by using google forms application which contains the research instrument, which is disseminated through the social media forum of fans-idol of K-pop. This study showed there was a positive relationship of fanaticism with verbal aggressive behavior in social media on fans-idol of K-pop ($r = 0.626$ and $p = 0,000$). Fans-idol of K-pop who have high fanaticism will have high verbal aggressive behavior, otherwise fans-idol of K-pop who have low fanaticism will have a low verbal aggressive behavior.

Keywords: *fans-idol of K-pop; fanaticism; verbal aggression; social media*

Abstrak: Perilaku agresif verbal yang sering terjadi di media sosial biasanya dipicu oleh fanatisme pada objek tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan fanatisme dengan perilaku agresif verbal di media sosial yang dilakukan oleh penggemar-idola K-pop. 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 disebarakan 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.

Kata Kunci: *penggemar idola K-pop; fanatisme; agresif verbal; media sosial*

Korespondensi mengenai isi artikel ini dapat dilakukan melalui email: ¹jennieliani35@gmail.com; ²salis_ardi@yahoo.com; ³alifah_nabilah@umm.ac.id

Globalisasi dan kemajuan teknologi menjadi faktor pendukung untuk terjadinya pertukaran informasi dan budaya dari negara-negara yang berbeda. Korea Selatan merupakan negara yang peduli dengan arus globalisasi dan pemanfaatan kemajuan teknologi untuk menyebarluaskan budaya Korea atau yang sekarang ini sering disebut sebagai *Korean Wave*. *Korean Wave* yang mendunia ini, sangat berdampak pada kehidupan masyarakat dunia, dimana dampak ini dapat terlihat dari penggunaan bahasa, gaya berpakaian, makanan, gaya hidup, juga musik (KBS editor, 2011).

Menyebarnya budaya Korea terutama di bidang musik, sering disebut dengan fenomena *K-pop* yang juga digemari oleh masyarakat Indonesia. Istilah *K-pop* secara luas digunakan untuk menjelaskan aliran-aliran musik gabungan dari *genre-genre* musik yang ada. *K-pop* identik dengan sekelompok perempuan atau laki-laki yang berada di bawah naungan suatu manajemen, yang biasanya disebut dengan sebutan *boyband* dan *girlband*. *2NE1*, *EXO*, *GOT7*, *Girl's Generations* adalah beberapa nama *boyband* dan *girlband* Korea yang terkenal di Asia maupun Eropa (Nugraini, 2016).

Dampak dari adanya budaya *K-pop* yang merambah di berbagai belahan dunia, memunculkan adanya penggemar *K-pop* dengan jumlah yang tidak sedikit, menurut survey yang dilakukan pada tahun 2011 oleh salah satu stasiun televisi terkemuka di Korea Selatan yaitu *KBS*, menyatakan bahwa fans *K-pop* di negara Asia memiliki 84 klub penggemar dengan 2,31 juta anggota di delapan kawasan Asia, ada 25 klub penggemar dengan 500.000 penggemar di 4 wilayah di Amerika, sementara 70 klub penggemar yang hadir di 7 wilayah Eropa, dengan 460.000 anggota (KBS editor, 2011).

Seiring dengan budaya *K-pop* yang semakin mendunia, memunculkan adanya komunitas penggemar *K-pop*, yang sering disebut *fandom* (Nugraini, 2016). *Fandom* adalah istilah yang digunakan untuk mengartikan sebuah subkultur, berbagai hal dan berbagai kegiatan yang berkenaan dengan penggemar dan kegemarannya (Hollows, 2010). Komunitas penggemar tersebut terbagi dalam *fandom-fandom* sesuai dengan *boyband* atau *girlband* idola. Beberapa nama *fandom* seperti *EXO-L* yang merupakan salah satu nama *fandom* dari *boygroup* *EXO*, dan *A.R.M.Y* untuk *boygroup* *BTS*, sedangkan untuk *girlgroup* terdapat *fandom* *SONE* untuk *girlgroup* *SNSD*, *fandom* *Blackjacks* untuk *girlgroup* *2NE1*, dan *fandom-fandom* lainnya dari setiap *boygroup* dan *girlgroup* yang belakangan ini semakin banyak bermunculan. Saat tergabung di dalam *fandom*, aktivitas penggemar menjadi lebih luas dan mendalam karena adanya pengalaman secara kolektif, dimana kegiatan bersama yang dilakukan dengan *fandom* juga sering memunculkan perilaku agresif (Nugraini, 2016).

Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial

Perilaku agresif adalah tindakan yang dilakukan dengan maksud melukai, menyakiti, mencelakakan ataupun merusak yang menimbulkan kerugian secara fisik atau psikologis pada seseorang ataupun mengakibatkan kerusakan pada benda (Bukhori, 2008).

Perilaku agresif dapat dikelompokkan menjadi agresi fisik, agresi dalam bentuk kemarahan, agresi dalam bentuk kebencian, serta agresi verbal. Agresi fisik adalah perilaku menyakiti orang lain melalui tindakan fisik. Agresi dalam bentuk kemarahan adalah perilaku melukai orang yang diluapkan dalam wujud ekspresi emosi marah. Sedangkan agresi dalam bentuk kebencian adalah tindakan menyakiti orang lain yang ditunjukkan dengan tindakan permusuhan. Terakhir, agresi verbal sebagai bentuk agresi yang menjadi fokus dalam penelitian ini (Buss & Perry, 1992).

Agresi verbal ialah komponen motorik seperti melukai dan menyakiti orang lain melalui ungkapan verbal, misalnya berdebat menunjukkan ketidaksukaan atau ketidaksetujuan, menyebarkan gosip, dan kadang bersikap sarkastis (Buss & Perry, 1992). Dari pengertian di atas maka dapat diketahui indikator dari agresif verbal adalah (1) berdebat, menunjukkan ketidaksukaan atau ketidaksetujuan, (2) menyebarkan gosip, (3) bersikap sarkastis. Pada penelitian kali ini peneliti akan memfokuskan teori pada perilaku agresif secara verbal yang dilakukan di media sosial, yang dimana perilaku agresif verbal di media sosial.

Merujuk pada pengertian tersebut maka perilaku agresif yang seringkali ditunjukkan oleh penggemar idola *K-pop* Indonesia adalah perilaku agresif secara verbal yang banyak dilakukan di media sosial. Perilaku agresif yang kerap terjadi adalah saling serang komentar-komentar jahat di media sosial dengan *fandom* yang berbeda, perilaku tersebut sering disebut sebagai *fanwar*, pernyataan peneliti tersebut didukung oleh banyaknya kasus komentar jahat yang dilakukan oleh penggemar idola *K-pop* Indonesia seperti diberitakan oleh media berita *online* baru-baru ini, *fandom girlgroup SNSD* yaitu *SONE* saling serang komentar jahat dengan penggemar penyanyi Indonesia yaitu Raissa (Yusron, 2015). Perilaku agresif lainnya yang sering ditunjukkan penggemar idola *K-pop* adalah menyerang artis atau publik figur lain yang dirasa menyinggung *fandom*, seperti beberapa kasus yang baru-baru ini terjadi adalah penyanyi dangdut Ayu Ting Ting yang diserang komentar jahat di media sosial seperti *twitter* dan *instagram* (Soejoethi, 2017).

Perilaku agresif yang dilakukan oleh penggemar didorong oleh fanatisme. Hal ini seringkali berbuah pertikaian dan perkelahian, fanatisme juga dipandang sebagai penyebab menguatnya perilaku kelompok yang menimbulkan perilaku agresif (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 berlebih 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). Dari 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.

Dikembangkan berdasarkan pengertian yang ada oleh para ahli, yang kemudian disesuaikan dengan konteks penelitian, maka dapat diketahui bahwa terdapat beberapa indikator dari fanatisme seperti (1) Rasa antusias yang ekstrim, (2) Keterikatan emosi, dan rasa cinta (3) Berlangsung dalam waktu yang lama, (4) Menganggap hal yang mereka yakini adalah hal yang benar, (5) Membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini.

Fanatisme seperti ini juga tampak pada penggemar idola *K-pop* Indonesia, fanatisme yang tampak seperti ribuan penggemar yang datang untuk menonton konser idolanya yang diadakan di Jakarta (Setyant, 2015). Fanatisme lainnya yang tampak pada penggemar idola *K-pop* Indonesia adalah memberikan hadiah kepada idolanya, seperti bintang di langit (Nugrahaini, 2017).

Fanatisme menjadi kajian luas yang dapat ditinjau dari berbagai kasus dan perspektif yang berbeda, saat seseorang menggemari sesuatu objek ataupun subjek akan sah-sah saja jika perilaku-perilaku memuja tersebut dilakukan, yang menjadi permasalahan dalam perilaku fanatisme adalah saat perilaku ini sudah berkembang menjadi perilaku yang dapat membahayakan ataupun sampai melukai orang lain, perilaku fanatisme yang ditunjukkan penggemar ini seringkali mengarah pada perilaku negatif lain seperti perilaku agresif (Marimaa, 2011).

Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial

Fanatisme menjadi salah satu pendorong munculnya perilaku agresif di media sosial. Salah satu tujuan dari dilakukannya agresif 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).

Pada penelitian ini peneliti fokus membahas terkait perilaku agresif verbal yang dilakukan di media sosial, sedangkan penyerangan karakter dilakukan dengan menghina kemampuan, penyerangan tanda non-verbal dilakukan dengan memposting foto, gambar, *emoticon*, penyerangan kompetensi dilakukan dengan bentuk menyerang secara langsung dengan kalimat negatif, perilaku menghina atau mengejek dilakukan dengan maksud menjatuhkan mental, dan perilaku mengancam kerap dilakukan. Bentuk lain dari perilaku verbal agresif yang dilakukan adalah munculnya sifat terbuka dan blak-blakan dalam menyampaikan pemikiran, suka berdebat dan mengkritisi utamanya jika menyangkut ketidaksetujuan akan suatu hal yang mereka rasakan (Pradipta, 2016).

Fanatisme dan perilaku agresif seringkali dihubungkan dengan *fandom* pada bidang olahraga, seperti penelitian sebelumnya yang meneliti hubungan antara fanatisme dan agresivitas suporter klub sepak bola, diketahui bahwa terdapat hubungan antara tingkat fanatisme terhadap perilaku agresif yang dilakukan oleh suporter klub sepak bola (Hapsari & Wibowo, 2015). Bergabung dalam suatu komunitas olahraga akan memunculkan perasaan yang sama, baik dari fans, pelatih, dan pemain di dalam tim sehingga memungkinkan terjadinya perilaku agresif secara verbal dikarenakan sikap antusias, bahagia, marah ataupun kecewa (Wann, Belva, Armstrong, Weaver, & Ladd, 2015). Pada penelitian lainnya bahwa identitas pada suatu kelompok penggemar sangat penting bagi penggemar itu sendiri dan tingkat identifikasi kelompok penggemar akan berpengaruh pada perilaku agresif yang dilakukan kelompok penggemar (Rahmati, Kabiri, & ShadManfaat, 2014).

Fans K-pop merupakan *fans* yang aktif di media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Nugraini (2016) menunjukkan *fandom EXO-L* yang cenderung melakukan perilaku agresif di

media sosial dengan cara berkomentar jahat pada akun *fandom* lainnya atau idola lain yang dirasa menyinggung *fandom EXO-L*, dimana perilaku agresif ini juga diakibatkan oleh fanatisme. Pada penelitian lainnya juga diketahui bahwa perilaku agresif verbal sering terjadi di media sosial, diketahui bahwa individu yang rutin terpapar media baik tayangan televisi, media sosial, dan *games* akan cenderung menunjukkan perilaku agresif verbal di media sosial ataupun perilaku agresif verbal atau fisik secara langsung (Anderson *et al.*, 2003).

Perilaku agresif yang didorong oleh perilaku fanatisme ini patut dikaji ulang dan juga memiliki sisi menarik untuk diteliti, karena selama ini penelitian perilaku agresif dan fanatisme banyak dilakukan dengan menggunakan subjek suporter klub olahraga, sedangkan penelitian yang mengkaji fanatisme dan perilaku agresif dengan subjek penggemar idola *K-pop* belum banyak dilakukan, untuk itu peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan fenomena yang telah dipaparkan dengan judul "Fanatisme dan Perilaku Agresif di Media Sosial Pada Penggemar Idola *K-pop*".

Hipotesis dari penelitian ini adalah terdapat hubungan fanatisme dengan perilaku agresif verbal pada penggemar idola *K-pop*.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode korelasional. Artinya, peneliti akan melihat hubungan antar variabel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Subjek penelitian merupakan penggemar idola *K-pop* yang berjumlah 915 orang yang diidentifikasi melalui proses *screening* yang akan disesuaikan oleh karakteristik dari penggemar idola *K-pop*. Partisipan mengisi instrumen tanpa paksaan atau insentif. Terdapat dua skala yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu skala fanatisme yang dikembangkan menjadi beberapa indikator, yaitu (1) Rasa antusias yang ekstrim, (2) Keterikatan Emosi, dan rasa cinta, (3) Berlangsung dalam waktu yang lama, (4) Mengganggap hal yang mereka yakini adalah hal yang benar, (5) Membela dan Mempertahankan kebenaran yang mereka yakini. Sedangkan skala kedua adalah skala perilaku agresif verbal yang dikembangkan berdasarkan Indikator perilaku agresif verbal, yaitu (1) berdebat menunjukkan ketidak sukaan atau ketidak setujuan, (2) Menyebar gossip (3) bersikap sarkastis. Indeks validitas dari 22 item skala fanatisme berkisar antara 0,306-0,566. Sedangkan skala perilaku agresif verbal di media sosial, terdapat 10 item dengan koefisien validitas berkisar antara 0,306-0,930. Nilai reliabilitas fanatisme sebesar 0,845 sedangkan Perilaku agresif verbal di media

Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial

sosial 0,962. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi *google forms* yang berisi instrumen penelitian, yang disebarakan melalui forum media sosial penggemar idola *K-pop*. Analisa data dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*.

Hasil

Subjek perempuan dalam penelitian ini sebanyak 897 orang (98%), Laki-laki 18 orang (12%). Subjek yang memiliki usia 13-15 tahun berjumlah 66 orang (7%), usia 16-18 tahun berjumlah 227 orang (25%), usia 19-21 tahun berjumlah 426 orang (47%), usia 22-24 tahun berjumlah 164 orang (18%), usia 25-27 tahun berjumlah 26 orang (3%), usia 28-30 tahun berjumlah 6 orang (0,01%), dengan standar deviasi 3. Subjek terbanyak dalam penelitian ini berasal dari daerah Jawa sebanyak 717 orang (78%), daerah Sumatera 69 orang (8%), Kalimantan 70 orang (8%), daerah Bali 29 orang (3%), daerah Nusa Tenggara 8 orang (1%), daerah Sulawesi 18 orang (2%), daerah Papua 4 orang (0,4%). Sedangkan untuk jenis penggunaan media sosial yang paling banyak digunakan adalah *Instagram*, *Twitter*, *Line*, *Youtube*, dan *WhatsApp*, sebanyak 685 orang (75%), sedangkan media sosial *Facebook* dan *WhatsApp* sebanyak 139 orang (15%), sisanya menggunakan jenis media sosial lainnya sebanyak 91 orang (10%).

Tabel 1.
Perhitungan Kategori Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media sosial

Variabel	Mean	Standard Deviasi	Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Fanatisme	70	2	Sangat Tinggi	$x \geq 74$	22	2%
			Tinggi	$x \geq 70$	533	58%
			Sedang	$x \geq 68$	275	30%
			Rendah	$x \geq 65$	84	9%
			Sangat Rendah	$x \geq 63$	1	0%
Agresif Verbal di Media Sosial	31	1	Sangat Tinggi	$x \geq 33$	493	54%
			Tinggi	$x \geq 32$	127	14%
			Sedang	$x \geq 31$	291	32%
			Rendah	$x \geq 30$	0	0%
			Sangat Rendah	$x \geq 28$	4	0%

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa data kategori variabel Fanatisme dengan nilai mean sebesar 70 dan *standard deviasi* sebesar 2. Pada variabel fanatisme partisipan terbanyak berada pada kategori tinggi dengan jumlah 533 orang (58%), sedangkan untuk perilaku agresif verbal di media sosial terbanyak berada pada kategori sangat tinggi dengan jumlah 493 orang (54%).

Tabel 2.
Korelasi Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial

Indeks Analisis	
Koefisien Korelasi (r)	0,626
Koefisien Determinasi (r^2)	0,391
Nilai Signifikansi (p)	0,000

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa product moment. Diperoleh koefisien (r) sebesar 0,626 dengan nilai signifikan (p) sebesar $0,000 < 0,050$. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial, yang artinya semakin tinggi fanatisme yang dimiliki oleh penggemar idola *K-pop* maka akan semakin tinggi pula Perilaku agresif verbal di media sosial yang dilakukan oleh penggemar idola *K-pop*. Persentase koefisien determinasi sebesar 0,391 yang artinya fanatisme menyumbang 39% terhadap perilaku agresif verbal di media sosial.

Diskusi

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara fanatisme dengan perilaku agresif verbal di media sosial yang dimiliki oleh penggemar idola *K-pop* dengan nilai koefisien (r) sebesar 0,626 dengan nilai signifikan (p) sebesar $0,000 < 0,050$. Maka dapat dikatakan, semakin tinggi fanatisme yang dimiliki oleh penggemar idola *K-pop* maka akan semakin tinggi pula perilaku agresif verbal di media sosial yang dilakukan penggemar idola *K-pop*, begitu pula sebaliknya semakin rendah fanatisme yang dimiliki oleh penggemar idola *K-pop* maka akan semakin rendah pula perilaku agresif verbal di media sosial. Fanatisme berperan untuk menjadi faktor pendukung terjadinya perilaku agresif verbal di media sosial. Individu dengan fanatisme yang tinggi dicirikan dengan individu yang memiliki rasa antusias yang ekstrem, keterikatan emosi juga rasa cinta dan minat yang berlebihan yang berlangsung dalam waktu yang lama, dan sering kali menganggap hal yang mereka yakini adalah hal yang paling benar adanya sehingga mereka akan cenderung untuk membela dan mempertahankan suatu kebenaran yang mereka yakini, sehingga ciri inilah yang dapat memicu munculnya perilaku agresif verbal di media sosial.

Dari hasil penelitian juga diketahui bahwa subjek terbanyak berjenis kelamin perempuan sedangkan berdasarkan usia subjek terbanyak berasal dari usia remaja. Dari penelitian sebelumnya diketahui bahwa pengguna media sosial di Indonesia didominasi oleh wanita dengan jumlah pengguna sebanyak 51%, sedangkan remaja juga mendominasi sebagai pengguna media sosial sebesar 49% (Parlindungan & Anggoro, 2015).

Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial

Dari hasil penelitian diketahui pula bahwa penggemar idola *K-pop* berasal dari berbagai daerah di Indonesia, meskipun koresponden terbanyak berasal dari pulau Jawa. Untuk mencari informasi yang berkaitan dengan idolanya, maka kegiatan penggemar idola *K-pop* banyak dilakukan di media sosial. Pada penelitian sebelumnya diketahui bahwa penggemar idola *K-pop* merupakan individu yang aktif di media sosial, seperti penelitian yang menyatakan bahwa *fans K-pop* merupakan *fans* yang aktif di media social (Nugraini, 2016).

Aktifnya penggunaan media sosial yang dilakukan oleh penggemar idola *K-pop* menimbulkan terjadinya perilaku agresif verbal di media sosial. Hal ini didukung oleh penelitian yang menyatakan pengguna media sosial yang aktif akan lebih memiliki kesempatan untuk melakukan agresif verbal di media sosial hal ini dikarenakan sifat keterbukaan yang dimiliki media sosial menyebabkan individu menjadi memiliki kebebasan untuk mem-*posting* opini mereka yang cenderung berisi penghinaan dalam media social (Tartila, 2014). Penelitian lain menyatakan bahwa dengan didapatnya respon yang cepat di media sosial, opini yang disampaikan dapat berubah menjadi perilaku agresif verbal dalam bentuk hinaan atau ejekan (Prabowo, 2012).

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa subjek terbanyak berasal dari usia remaja. Pada penelitian sebelumnya diketahui bahwa remaja memiliki kecenderungan besar menjadi penggemar fanatik yang tergabung dalam suatu komunitas penggemar yang disebut *fandom*, karena pada masa remaja rentan terpengaruh lingkungan sosial, dan dimana pada masa ini mereka lebih memilih mementingkan kepentingan kelompok dan teman sebaya (Jannah, 2014).

Individu dengan fanatisme tinggi akan cenderung memaksakan pemikirannya pada orang lain dan mementingkan baik emosi negatif atau positif yang berkaitan dengan kecintaan terhadap suatu objek, dimana dalam situasi negatif yang menekan agresif verbal akan dilakukan karena adanya emosi negatif dari dalam diri, namun jika kondisi positif yang menekan pada individu ataupun kelompok maka emosi prososial positif yang tercipta dalam bentuk dukungan (Hamilton, 2012).

Fanatisme juga dipandang sebagai penyebab menguatnya perilaku kelompok yang menimbulkan perilaku agresif dan kefanatikan yang seringkali berbuah pertikaian dan perkelahian (Ancok & Suroso, 2011). Pada penelitian lainnya juga diketahui bahwa perilaku agresif semakin menguat dalam suatu massa yang luas, hal ini sering kali dijumpai pada kelompok yang mempunyai sub budaya agresif seperti gang remaja, kelompok militer, maupun kelompok olah raga beladiri seperti tinju dan silat (Susantyo, 2011).

Salah satu pemicu terjadinya perilaku agresif verbal di media sosial adalah faktor negatif langsung yang diberikan sekelompok individu pada individu atau kelompok lainnya (Hamilton, 2012), sedangkan secara psikologis seseorang yang fanatik biasanya tidak mampu memahami apa yang ada di luar dirinya dan tidak paham terhadap masalah orang atau kelompok lain. Tanda-tanda yang jelas dari sifat fanatik adalah ketidakmampuan dalam memahami karakteristik individu atau orang lain yang berada di luar kelompoknya, baik benar ataupun salah (Rizkita, 2012).

Perilaku agresif verbal yang dilakukan di media sosial beragam bentuknya seperti penyerangan karakter yang dilakukan dengan menghina kemampuan, penyerangan tanda non-verbal dilakukan dengan mem-*posting* foto, gambar, *emoticon*, penyerangan kompetensi dilakukan dengan bentuk menyerang secara langsung dengan kalimat negatif, perilaku menghina atau mengejek dilakukan dengan maksud menjatuhkan mental, dan perilaku mengancam kerap dilakukan. Bentuk lain dari perilaku agresif verbal yang dilakukan adalah munculnya sifat terbuka dan blak-blakan dalam menyampaikan pemikiran, suka berdebat dan mengkritisi utamanya jika menyangkut ketidaksetujuan akan suatu hal yang mereka rasakan (Pradipta, 2016).

Dengan rasa antusias, cinta dan keterikatan emosi berlebihan yang dimiliki oleh individu yang fanatik akan menimbulkan pemikiran bahwa hal yang mereka yakini merupakan hal yang paling benar adanya sehingga mereka akan cenderung untuk membela dan mempertahankan suatu kebenaran yang mereka yakini. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan individu dengan fanatisme terhadap suatu objek akan cenderung melakukan sesuatu yang berlebihan terhadap suatu objek tersebut. Sikap berlebihan ini cenderung menimbulkan perilaku yang tidak menyenangkan seperti perilaku agresif salah satunya adalah perilaku agresif verbal (Ramazanoğlu & Çoban, 2005).

Penelitian lainnya yang mendukung penelitian ini adalah penelitian yang menyatakan bahwa di antara tujuan dari dilakukannya agresif 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. Ini kemudian dicirikan dengan sikap fanatik. Mereka akan membela dan mempertahankan apa yang mereka yakini sebagai suatu kebenaran, karena adanya kecenderungan pembenaran yang berakhir dengan pemaksaan pemikiran pada orang lain. Segala tindakan dilakukan karena anggapan bahwa pemahaman mereka yang paling benar, sehingga kritik yang ditujukan pada orang lain adalah sesuatu yang diperkenankan (Supelli,

Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial

2011). Fanatisme seringkali mengarah pada perilaku agresif tidak hanya secara fisik, bentrokan secara verbal pun tak jarang terjadi, seperti saling lempar kata-kata kotor, saling ejek berupa tulisan atau gambar pun banyak terjadi, di antaranya adalah di media sosial, coret-coretan di tembok jalanan umum (Hapsari & Wibowo, 2015).

Fanatisme merupakan salah satu faktor pendorong terjadinya perilaku agresif verbal di media sosial, seperti dalam penelitian ini diketahui bahwa fanatisme memberikan sumbangan terhadap perilaku agresif verbal di media sosial yaitu sebanyak 39%, namun terdapat faktor-faktor lain yang menyebabkan perilaku agresif verbal di media sosial 61% seperti dapat ditinjau dari berbagai aspek tidak hanya fanatisme tapi juga dari identitas diri, kepribadian, faktor lingkungan sosial, dan juga keterbukaan media sosial itu sendiri (Zimmerman, 2012).

Pada penelitian sebelumnya banyak dibahas terkait fanatisme dan perilaku agresif secara umum (fisik dan verbal) pada suporter olahraga. Sedangkan pada penelitian ini membahas terkait fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial dengan subjek penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, yaitu penggemar idola K-pop. Penelitian ini juga memfokuskan pada perilaku agresif verbal yang dilakukan di media sosial.

Kelebihan dalam penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan sampel yang banyak dengan total jumlah 915 subjek, sehingga data yang didapat lebih mewakili jumlah populasi. Penelitian ini juga dapat mengungkap adanya hubungan antara fanatisme dengan perilaku agresif verbal di media sosial yang dilakukan oleh penggemar idola *K-pop*. Kekurangan dalam penelitian ini adalah penelitian korelasional yang mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, sehingga tidak dapat mengungkap hubungan sebab akibat antar variabel, sehingga perlu dilakukan penelitian dengan metode lain untuk mencari hubungan sebab akibat atau penelitian eksperimen.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada penggemar idola *K-pop*, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara fanatisme dan perilaku agresif verbal. Artinya, semakin tinggi fanatisme yang dimiliki oleh penggemar idola *K-pop* maka akan semakin tinggi pula perilaku agresif verbal di media sosial yang dilakukan penggemar idola *K-pop*, sebaliknya semakin rendah fanatisme yang dimiliki oleh penggemar idola *K-pop*

maka akan semakin rendah pula perilaku agresif verbal di media sosial yang dilakukan penggemar idola *K-pop*.

Saran

Bagi penggemar idola *K-pop* diharapkan agar lebih bijaksana dalam berperilaku sebagai penggemar. Kecintaan kepada idola bukanlah hal yang buruk, namun bila dilakukan secara berlebihan akan memicu perilaku agresif. Walaupun agresif verbal di media sosial tidak melukai secara fisik, tetapi akan berdampak secara psikologis bagi korban agresi.

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengadakan penelitian dengan topik yang sama, disarankan untuk mendetail lagi dalam melihat hubungan dari setiap faktor dan aspek dalam fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial. Selain itu peneliti selanjutnya dapat meninjau variabel-variabel lain yang berhubungan dengan perilaku agresif verbal di media sosial seperti identitas diri, kepribadian, faktor lingkungan sosial, dan juga keterbukaan media sosial itu sendiri dan menggunakan teknik penelitian lain seperti penelitian eksperimen, peneliti selanjutnya juga dapat membuat penelitian terkait validasi instrumen fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar idola *K-pop*. []

Daftar Pustaka

- Ancok, D., & Suroso, F. N. (2011). *Psikologi Islam: Solusi Islam atas problem-problem psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anderson, C. A., Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, L. R., Johnson, J. D., Linz, D., ... Wartella, E. (2003). The Influence of media violence on youth. *Psychological Science in the Public Interest: A Journal of the American Psychological Society*, 4(3), 81-110. https://doi.org/10.1111/j.1529-1006.2003.pspi_1433.x
- Bukhori, B. (2008). *Zikir al-Asma'al-Husna solusi atas problem agresivitas remaja*. Semarang: Rasail Media.
- 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>
- Goddard, H. (2001). *Civil Religion*. New York: Cambridge University Press.
- Hamilton, M. A. (2012). Verbal aggression: Understanding the psychological antecedents and social consequences. *Journal of Language and Social Psychology*, 31(1), 5-12. <https://doi.org/10.1177/0261927X11425032>
- Hapsari, I., & Wibowo, I. (2015). Fanatisme dan agresivitas suporter klub sepak bola. *Jurnal Psikologi*, 8(1), 52-58.

- Hollows, J. (2010). *Feminisme, feminitas dan budaya populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Jannah, M. (2014). Gambaran identitas diri remaja akhir wanita yang memiliki fanatisme k-pop. *Psikoborneo: Jurnal Ilmu Psikologi*, 2(2), 182-194.
- KBS editor. (2011). 3,3 juta penggemar K-Pop Hallyu di seluruh penjuru dunia. http://world.kbs.co.kr/indonesian/archive/program/news_issue.htm?no=22969..
- Marimaa, K. (2011). The many faces of fanaticism, *14*, 29-55.
- Nugrahaini, S. (2017). Daebak, fans Indonesia nggak cuma hadiah bintang ke Mark, tapi juga 2 member GOT7 ini. Retrieved from <http://www.grid.id/K-Pop/K-News/Daebak-Fans-Indonesia-Nggak-Cuma-Hadiah-Bintang-Ke-Mark-Tapi-Juga-2-Member-Got7-Ini>
- Nugraini, E. D. (2016). Fanatisme remaja terhadap musik populer korea dalam perspektif psikologi sufistik (Studi kasus terhadap EXO-L) (skripsi). Fakultas Ushuluddin UIN Walisongo. Semarang.
- Parlindungan, M., & Anggoro, S. (2015). *Profil pengguna internet indonesia 2014*. (M. Parlindungan & S. Anggoro, Eds.). Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia - Pusakom UI Jakarta. Retrieved from <https://www.apji.or.id/survei2016>
- Prabowo, A. (2012). *New media dan public sphere* (thesis). Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia. Jakarta.
- Pradipta, A. (2016). *Fenomena perilaku haters di media sosial* (skripsi). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro. Semarang.
- 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.
- Ramazanoğlu, F., & Çoban, B. (2005). Aggressiveness behaviours of soccer spectators and prevention of these behaviours. *Firat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 279-287.
- Rengganis, D. A. (2016). Kontribusi identitas sosial terhadap konformitas pada penggemar K-Pop. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2).
- Rizkita, R. H. (2012). Bimbingan dan konseling bagi para *korean fanatic*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Soejoethi, I. (2017). Ayu Ting Ting diundang nonton EXO, penggemar geram. Retrieved from <https://www.liputan6.com/showbiz/read/3072442/ayu-ting-ting-diundang-nonton-exo-penggemar-geram>
- Supelli, K. (2011). *Dari kosmologi ke dialog: Mengenal batas pengetahuan, menentang fanatisme*. Bandung: Mizan.
- Susantyo, B. (2011). Memahami Perilaku Agresif: Sebuah Tinjauan Konseptual. *Informasi*, 16(03), 189-202. Retrieved from <http://puslit.depsos.go.id/upload/post/files/350d40edc66e2a381a752512210a8d6d.pdf>

- Tartila, P. L. (2014). Fanatisme fans Kpop dalam blog netizenbuzz. *Journal Universitas Airlangga*.
- Wann, D. L., Belva, B., Armstrong, S., Weaver, S., & Ladd, 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.
- Yusron, A. A. (2015). Gara-gara foto Raisa - Tiffany "SNSD", Fans berantem di Instagram. Retrieved from <https://hot.detik.com/kpop/3090573/gara-gara-foto-raisa---tiffany-snsd-fans-berantem-di-instagram/1180>
- Zimmerman, A. G. (2012). Online aggression: The influences of anonymity and social modeling (thesis). *Psychology of Popular Media Culture*. North Florida. <https://doi.org/10.1037/ppm0000038>



ISSN 2502-8363 (print)
ISSN 2527-7456 (online)

Psikohumaniora
Jurnal Penelitian Psikologi

Author Guidelines

PSIKOHUMANIORA: Jurnal Penelitian Psikologi is published twice a year. Articles published in this journal are the results of empirical research in psychology, including religious psychology, clinical psychology, social psychology, educational psychology, industrial and organizational psychology, developmental psychology, psychology indigenous, experimental psychology, applied psychology and psychometrics, good research quantitatively and qualitatively.

Editors invite experts, practitioners and enthusiasts in psychology to write a research article in this journal. Articles should be original, research-based, unpublished and not under review for possible publication in other journals. All submitted papers are subject to review of the editors, editorial board, and blind reviewers. Submissions that violate our guidelines on formatting or length will be rejected without review.

Articles typed in Book Antiqua letters with 1.5 spacing in Microsoft Word format with a page size A4 (210 x 297 mm). The length of the article ranged between 6000-8000 words, or about 20-25 pages, including pictures, graphs, and tables (if any). Articles written in Bahasa Indonesia or English by using the rules of good grammar and correct. Articles in English in general use the past tense.

The article has been formatted according to the pattern of writing scientific journal articles. Writing articles follow the rules set out in the Publication Manual of the American Psychological Association, Sixth Edition. <http://www.apastyle.org/manual/index.aspx>

Articles sent to the Editor of Psikohumaniora: Journal of Psychological Research via submission Open Journal Systems (OJS) on <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/Psikohumaniora>

General Instructions

1. Articles are formatted according to the writing pattern of scientific journal. Writing articles follow the rules set out in Publication Manual of the American Psychological Association, Sixth Edition. <http://www.apastyle.org/manual/index.aspx>

2. The article is an original work (no plagiarism) and has never been published in a journal printed/online.
3. Articles for Psikohumaniora sent to Editors: Psychological Research Journal via submission Open Journal Systems (OJS) on <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/Psikohumaniora>
4. Articles typed in Book Antiqua font with 1.5 spacing in Microsoft Word format with a page size A4 (210 x 297 mm). The length of the article ranged between 6000-8000 words or approximately 20-25 pages, including pictures, graphs, and tables (if any).
5. Article is written in Indonesian or English using grammatical rules. In general, English article is in the past tense.

Particular Instructions

1. The article is the result of empirical research in psychology.
2. Because of "Blind Review" system, the the author hoped not to include the name, the name and address of the institution and email address in the cover of article. The author's name, name of the institution, as well as the email address listed at the time of registration on the OJS author. To facilitate the communication should include active mobile number.
3. The content and systematics of articles written using the format presented in a narrative essay in the form of a paragraph, without numbering in front subtitles, and should include these components:
 - The title, provided that: a) The title is the formulation of a brief discussion of content, compact, and clear. May use the title of creative and attract readers (maximum 14 words). b) The title is written in English and Indonesian. c) The title is typed in bold capital letters (capital, bold).
 - Abstract written in English and Indonesian. Abstract is the essence of the subject of the whole article. Abstract written in one paragraph within one space, with a maximum length of 200 words. Abstract presented briefly and clearly, it must contain four (4) elements, namely: Reasons for the selection of topics or the importance of the research topic, the hypothesis, research methods, and a summary of the results. Abstracts must be terminated with a comment about the importance of the results or a brief conclusion.
 - The keyword contains basic words in the study, can be drawn from the research variables, characteristics of the subjects, and the theory of the referenced (minimum three words or combinations of words, written in alphabetical order).
 - Introduction (untitled) contains background of the problems, objectives and benefits of the research, the study of theory, and concludes with the hypothesis (number of pages approximately 20%).

- The method contains the identification of the variables, the research subjects, research instruments and methods of research including data analysis techniques used (the number of pages approximately 20%).
- The result shows exposure data analysis, consisted of descriptive statistics, test results of the assumptions and results of hypothesis testing are presented sequentially or integrated (number of pages approximately 20%).
- Discussion contains an explanation of the results of research associated with the results of previous studies, critically analyzed and linked to relevant recent literature (page number approximately 30-40%).
- Conclusions and suggestions answers from the research objectives written concise, clear, and compact based on the results of research and discussion (approximately 1 page).
- Bibliography contains reference sources written alphabetically and chronologically, Referral sources are published literature in last 10 years (especially of the journal). Referral preferred are the primary sources in the form of books, reports (including thesis, dissertation), or research articles in scientific journals and magazines.

The following are examples of bibliography writing:

Bibliography

(a) Example of journal article writing without a Digital Object Identifier (doi)

Costello, K. & Hodson, G. (2011). Social dominance-based threat reactions to immigrants in need of assistance. *European Journal of Social Psychology, 41*(2), 220-231.

Baloach, A.G., Saifee, A.R., Khalid, I., & Gull, I. (2012). The teaching of the Holy Prophet to promote peace and tolerance in an Islamic social culture. *European Journal of Social Sciences, 31*(1), 36-41.

(b) Example of journal article writing with a Digital Object Identifier (doi)

Aritzeta, A., Balluerka, N., Gorostiaga, A., Alonso-Arbiol, I., Haranburu, M., & Gartzia, L. (2016). Classroom emotional intelligence and its relationship with school performance. *European Journal of Education and Psychology, 9*(1), 1-8. <http://doi.org/10.1016/j.ejeps.2015.11.001>

(c) Example of manuscript writing from magazine

Chamberlin, J., Novotney, A., Packard, E., & Price, M. (2008, May). Enhancing worker well-being: Occupational health psychologists convene to share their research on work, stress, and health. *Monitor on Psychology, 39*(5), 26-29.

(d) Example of manuscript writing from online magazine

Clay, R. (2008, June). Science vs. ideology: Psychologists fight back about the misuse of research. *Monitor on Psychology*, 39(6). Diunduh dari: <http://www.apa.org/monitor/> tanggal 10 Agustus 2012.

(e) Example of manuscript writing from news paper without writer

Six sites meet for comprehensive anti-gang initiative conference. (2006, November/December). *OJJDP News @ a Glance*. Diunduh dari: http://www.ncjrs.gov/html/ojjdp/news_acglance/216684/topstory.html, tanggal 10 Agustus 2012.

(f) Example of manuscript writing from abstract in printed edition

Woolf, N. J., Young, S. L., Fanselow, M. S., & Butcher, L. L. (1991). *MAP-2 expression in cholinergic pyramidal cells of rodent cortex and hippocampus is altered by Pavlovian conditioning* [Abstract]. *Society for Neuroscience Abstracts*, 17, 480.

(g) Example of manuscript writing from abstract in electronic edition (online)

Lassen, S. R., Steele, M. M., & Sailor, W. (2006). *The relationship of school-wide positive behavior support to academic achievement in an urban middle school* [Abstract]. *Psychology in the Schools*, 43, 701-702. Diunduh dari: <http://www.interscience.wiley.com>

(h) Example of citation from unpublished thesis or dissertation

Bukhori, B. (2013). *Model toleransi mahasiswa muslim terhadap umat Kristiani*. (Disertasi tidak dipublikasikan). Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

(i) Example of citation from book

Hadjar, I. (2014). *Dasar-dasar statistik untuk ilmu pendidikan, sosial, & humaniora*. Semarang: Pustaka Zaman.

(j) Example of citation from the same author and the same year with two books

Azwar, S. (2012a). *Penyusunan skala psikologi (ed.2)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Azwar, S. (2012b). *Reliabilitas dan validitas (ed.4)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

(k) Example of citation from a book with editor

Hogg, M. A. (2003). Social identity. Dalam M. R. Leary & J. P. Tangney (Eds.), *Handbook of self and identity* (hlm. 462-479). New York: Guilford.

(l) Example of citation from electronic book that has been published

Shotton, M. A. (1989). *Computer addiction? A study of computer dependency* [DX Reader version]. Diunduh dari: www.ebookstore.tandf.co.uk/html/index/asp.

(m) Example of citation from electronic book unpublished

O'keefe, E. (n.d.). Egoism & the crisis in Western values. Diunduh dari <http://www.onlineoriginals.com/showitem.asp?itemID=135>

(n) Example of citation from university unpublished

Wahib, A. (2016). *Psikologi Islam untuk masa depan kemanusiaan dan peradaban*. Manuskrip tidak dipublikasikan, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang.



ACKNOWLEDGEMENTS

The members of the editorial team of *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi* extend the gratitude to all the reviewers who have contributed to the peer review process of the manuscripts in Vol 3, No 1 (2018). Professional support and assistance from all respected reviewers have made this journal qualified to be published.

1. A. A. Anwar Prabu Mangkunegara, *Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia*
2. Abdul Rahman Shaleh, *Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah, Jakarta, Indonesia*
3. Aguswan Khatibul Umam, *STAIN Jurai Siwo, Metro, Lampung, Indonesia*
4. Anggun Resdasari Prasetyo, *Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia*
5. Darmu'in, *Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia*
6. Deepraj Kaur, *Universitas Indonesia, Depok, Indonesia*
7. Endang Widyorini, *HIMPESI Jawa Tengah, Indonesia*
8. Gimmy Pratama Siswadi, *Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia*
9. Hamdan Bin Said, *Universiti Teknologi Malaysia, Malaysia*
10. Ibnu Hadjar, *Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia*
11. M. Nur Ghufron, *Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia*
12. Martina Dwi Mustika, *Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia*
13. Masdar Hilmy, *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, Indonesia*
14. Mirra Noor Milla, *Universitas Islam Negeri Syarif Kasim, Riau, Indonesia*
15. Misbah Zulfa Elizabeth, *Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo, Semarang, Indonesia*
16. Musdalifah Dachrud, *Institut Agama Islam Negeri Manado, Indonesia*
17. Mustadin, *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia*
18. Nur Uhbiyati, *Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia*
19. Nurul Hartini, *Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia*
20. Qurrotul Uyun, *Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia*
21. Salma, *Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia*
22. Sri Lestari, *Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia*
23. Sudjiono, *Universitas Negeri Malang, Indonesia*
24. Syamsul Ma'arif, *Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo, Semarang, Indonesia*
25. Tony Wijaya, *Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesi*



Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi, ISSN 2502-9363 (p); ISSN 2527-7456 (online) is a research journal published by Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia. It's published each May and November, always put the human and humanity as the main focus of academic study with a comprehensive approach. The journal is a medium to communicate the results of research related to psychology, published to serve the study of psychology forum in Indonesia and other parts of the world in a global context. Guidelines for authors can be read at Author Guidelines, which are in accordance with the Publication Manual of the American Psychological Association (6th ed., 2010).

Program Studi Psikologi
Fakultas Psikologi dan Kesehatan
Universitas Islam Negeri Walisongo
Semarang - Indonesia

ISSN 2502-9363 (print)



ISSN 2527-7456 (online)

