

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang semakin meningkat, ditandai dengan munculnya produk berupa *smartphone*, *tablet*, dan perangkat elektronik lainnya. Dengan begitu memungkinkan untuk adanya interaksi secara global ditambah dengan penggunaan internet secara meluas. Pada tahun 2010 tercatat sebanyak 1,7 miliar orang yang mengakses internet diseluruh dunia, sedangkan di Indonesia sendiri orang yang mengakses internet mencapai 30 juta atau juga sebanyak 12,5% dari populasi penduduk yang ada di Indonesia (Dyah, 2018). Jika berdasarkan data yang diperoleh dari lembaga survey APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) yang dilakukan sekitar tahun 2018 tercatat bahwa sebanyak 171,17 juta orang adalah pengguna internet yang ada di Indonesia yang dibagi kedalam beberapa kategori. Untuk pengguna internet dengan penetrasi yang paling tinggi sebanyak (91%) di sumbang oleh kategori usia remaja 15-19 tahun, dan pengguna internet pada kategori usia 20-24 tahun diketahui memiliki penetrasi sebanyak 88,5% , sedangkan pada usia 25-29 memiliki penetrasi sebanyak 82,7%. Selanjutnya pada kategori usia 30-34 tahun dan 35-39 tahun dengan penetrasi masing-masing sebanyak 76,5% dan 68,5%. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan internet di Indonesia di dominasi oleh milenial (Haryanto, 2019).

Saat ini juga banyak bermunculan platform media online untuk menunjang penggunaan internet sehingga penggunanya bisa bebas memilih media online untuk digunakan. Media online atau disebut juga sebagai (*channel*, sebagai sarana, atau alat) komunikasi yang berbasiskan telekomunikasi serta multimedia (komputer dan juga internet) menyajikan berbagai pilihan dengan tersedianya berbagai fitur teknologi informasi dan berbagai jenis platform media sosial seperti tersedianya *website* (seperti

situs web, atau blog), tersedianya radio-online, dan juga siaran TV-online, sampai dengan pers online, kemudahan mail-online, dan berbagai fitur media sosial (*instagram, twitter, facebook, whatsapp, tiktok dll*).

Tentu saja perkembangan teknologi dengan tersedianya akses internet diseluruh dunia yang mudah untuk didapatkan memiliki banyak segali manfaat untuk segala aspek kehidupan. Kemudahan akses internet dapat mempermudah pencarian informasi, sarana pengetahuan, mempercepat penyebaran berita, media hiburan dan sarana mengekspresikan diri. Saat masa pandemi seperti ini penggunaan internet sangat krusial untuk menunjang proses belajar dan mengajar. Namun, hal tersebut juga tak luput dari banyaknya dampak negatif dari penggunaan internet itu sendiri. Kemajuan teknologi yang sangat pesat juga berdampak pada masuknya kebudayaan asing ke Indonesia dengan mudah. Sarana hiburan yang diberikan juga beragam namun, saat ini sarana hiburan yang paling banyak terjadi dan sangat disukai oleh kaum milenial adalah fenomena *hallyu* atau *korean wave* yang berasal dari Korea Selatan.

Sarana hiburan seperti (musik, film, atau drama) serta *fashion* dan juga berbagai trend lain bahkan makanan khas korea diperkenalkan melalui fenomean *Korean wave* ini. Dimana yang paling terkenal musiknya yaitu *korean pop* atau yang sering disebut *kpop*. Fenomenan persebaran musik *kpop* melahirkan banyak penggemar yang biasa disebut *Kpopers*, dan saat ini penggemar musik *kpop* di Indonesia tidak diketahui jumlah pastinya karena sangat banyak dimana penggemar terbagi dalam beberapa fandom dan juga status keanggotaan resmi dan tidak resmi. Indonesia sendiri berada diposisi ke-2 dengan jumlah penggear terbesar pada periode juli 2018 – juni 2019 dengan total 9,9% viewers di *youtube*, data tersebut diperoleh berdasarkan grafik yang dirilis oleh Global *K-Pop* Map pada tahun 2019 dan dimuat dalam artikel (Tim Wowkeren, 2019). Berdasarkan artikel yang diliris oleh media korea *soompi* yang dimuat dalam artikel *grid.id* Indonesia

menempati posisi pertama sebagai negara yang paling banyak memuat *tweet kpop* terbanyak dari total 20 Negara (Widani, 2021).

Berdasarkan survey yang dilakukan Jakpat dengan 793 responden di seluruh Indonesia yang telah menyatakan diri sebagai penggemar Kpop. Di Indonesia sendiri data penggemar didominasi oleh kaum milenial yang berada dalam usia 20 hingga 25 tahun sebanyak 40,7% dan usia 15-20 tahun 38,1% ,penggemar Kpop sebagian besar adalah pelajar yaitu 66,1% dari total jumlah responden, bahwa lebih dari separuh responden kami (58,76%) mengaku pernah membagikan berita atau artikel tentang Kpop di akun media sosial mereka. Media sosial yang mereka gunakan untuk berbagi berita atau artikel adalah *Facebook* (67,71%), *Twitter* (38,20%), dan *LINE* (34,76%). Selain itu, penggemar mengaku bahkan memiliki akun media sosial atau blog tertentu yang sengaja dibuat untuk kegiatan *fangirling* atau *fanboying* dengan nama alias (tidak menggunakan nama asli) mereka membuat akun seperti itu di *Facebook* (48,24%), *Twitter* (38,82%), dan *Instagram* (37,65%) (Jakpat, 2016) . Penggemar Kpop sering menunjukkan kekagumannya terhadap idola mereka di depan umum, berdasarkan survey sebagian besar responden (67,21%) mengakui bahwa mereka mengikuti akun pribadi idola favorit mereka di media sosial. Lebih dari setengahnya (59,90%) mengakui bahwa mereka pernah memperbarui status tentang Kpop di akun media sosial mereka, memasang foto idola di media sosial. Tak jarang mereka menggunakan pernak-pernik yang berkaitan tentang *K-Pop* seperti jaket, topi, boneka sehingga penggemar *K-Pop* memiliki identitas yang mudah dikenali oleh halayak umum.

Media sosial kerap kali digunakan oleh *K-Popers* sebagai media untuk mencari informasi, mendukung idolanya, serta berinteraksi dengan sesama *K-Popers*. Aktifitas *fangirling* dan *fanboying* serta penggunaan media sosial kerap kali menimbulkan keresahan ketika maraknya fenomena Agresi yang bersifat digital sering di temui di

platform digital seperti *instagram, twitter, facebook*, dan media lainnya. Munculnya fenomena perilaku Agresi yang dilakukan secara online, atau *agresi elektronik* terjadi karena sebagian besar aktifitas penggemar *K-Pop* dilakukan melalui media sosial. Untuk tindakan tersebut, seseorang dapat menggunakan istilah umum 'Agresi elektronik' yang mencakup berbagai jenis perilaku digital negatif yang dipahami sebagai segala jenis pelecehan atau penindasan berkisar dari mengirim email atau teks yang meremehkan, termasuk ejekan, berbohong, mengolok-olok, membuat komentar yang kasar atau kejam, senang menyebarkan rumor, atau juga memposting komentar yang agresif dan mengancam, atau mengambil foto atau video yang memalukan dan membagikannya yang terjadi melalui email, chatroom, , pada situs web atau pesan yang tertulis. *Agresi Elektronik* dapat didefinisikan sebagai penggunaan teknologi komunikasi untuk merugikan orang lain. Agresi elektronik adalah istilah luas yang mencakup berbagai jenis perilaku digital negatif, dari trolling yang lucu hingga penindasan maya yang berbahaya hingga ancaman kematian langsung dan pelecehan seksual (Sparby, 2017)

Terdapat sejumlah pihak yang menyalahgunakan penggunaan internet dan media sosial, seperti pembuatan akun anonim dengan identitas palsu, pembajakan akun, penipuan hingga spam. Tercatat bahwa lebih dari 75% penyerangan di media sosial dan lebih dari 50% login di media sosial adalah identitas palsu, dimana bertujuan untuk melakukan spam, penyebaran kebencian hingga propaganda sosial (Yani, 2019).

Terhitung pada 2017 sampai 2019 pada platform media elektronik kata-kata ujaran kebencian mengalami peningkatan sebanyak 5kali dalam 2 tahun, berdasarkan data dari Crimson Hexagon menunjukkan bahwa setiap hari di media sosial terdapat sebanyak 70ribu unggahan kebencian serta kemarahan, dimana pada platform media twitter terdapat 15,2 juta kemarahan (Kusuma & Frizon, 2019).

Ujaran kebencian biasanya dilontarkan oleh seorang *haters*, dan hal ini menimbulkan reaksi dari penggemar yang merasa tidak terima sehingga terjadi saling serang yang memunculkan kata-kata negatif serta penghinaan. Di dunia *K-Pop* sendiri sering terjadinya *fanwar* diantara *fandom* yang biasanya para penggemar *Idol Group*. *K-Pop Idol* dituntut untuk tampil sempurna, menjaga tubuh ideal, memiliki kulit yang putih serta wajah yang cantik sehingga memunculkan fenomena operasi plastik pada aktris korea. Di Indonesia sendiri fenomena tersebut merupakan sesuatu yang sangat tabu dan menjadi sasaran dari pembullying, banyak *haters* berasal dari kalangan bukan penggemar bersikap rasis dengan menghina *kpopers* sebagai pecintan plastik, sampah, kresek dan sebagainya.

Selain itu juga fenomena agresi elektronik ditemukan ketika muncul skandal yang melibatkan aktris korea. Viralnya komentar negatif menimbulkan fenomena tekanan mental yang dirasakan para artis tersebut, sehingga banyak diantara mereka melakukan bunuh diri karena depresi contohnya adalah kasus bunuh diri aktris *K-Pop* Sulli dan Goo Hara (Setiawan, 2019). Berbeda dengan aktris *hollywood* hubungan yang diciptakan antara penggemar dan idola *K-Pop* terjalin dengan sangat baik dan cukup intim. *Fan service* sangat baik, idola mereka sangat memperhatikan keinginan para penggemarnya, dan selalu menjadwalkan interaksi dengan penggemar melalui media sosial. Sehingga terciptanya rasa memiliki dan berhak atas idolanya, namun rasa cinta penggemar terhadap idolanya terkadang berlebihan sehingga berperilaku kurang baik dan merugikan idolanya. *K-Pop idol* juga sering dijadikan sebagai objek fantasi seksual para penggemar yang diunggah melalui media sosial seperti melakukan *role play*, membuat *fanfiction* dewasa, membuat komentar yang tidak pantas ketika dimuka umum. Maraknya aktivitas *role play* menimbulkan fenomena *sexing* yang diartikan sebagai kegiatan membagi

foto, video serta pesan seksual eksplisit melalui sarana elektronik. Secara tidak langsung *idol kpop* menerima pelecehan seksual dari fans dengan diterbitkannya cerita fiksi dewasa yang merincikan setiap adegan secara sensual, bahkan orientasi seksual dengan memasang dua anggota grup sesama jenis untuk memenuhi fantasi seksual penggemar.

Kepopuleran aktris Korea ditentukan oleh banyaknya jumlah penggemar, dimana dalam dunia *k-pop* penggemar memerankan peran yang sangat penting. Penggemar *k-pop* merupakan komunitas yang sangat aktif dalam bermedia sosial, internet merupakan media utama yang turut andil dalam persebaran fenomena *k-pop* karena sebagian besar aktivitas penggemar dilakukan di media sosial. Penggemar diseluruh dunia saling bertukar informasi dan bekerjasama untuk mendukung idolanya, hal tersebut menunjukkan loyalitas yang tinggi pada penggemar *k-pop* diseluruh Dunia. Penggemar di berbagai negara membentuk suatu komunitas besar yang terstruktur serta memiliki ciri khas yang berbeda serta keunikan tersendiri yang mana mewakili warna dan menunjukkan identitas artis terkait dibawah naungan *fandom* atau *fanbase*. Setiap *fandom* memiliki nama dan warna yang berbeda sehingga mudah untuk dibedakan seperti penggemar BTS yang memiliki nama *fandom Army* dengan warna *official purple* atau ungu.

Fenomena agresi elektronik yang sering terjadi pada komunitas penggemar *kpop* dilatarbelakangi oleh berbagai faktor, seperti : (a) *competitive Anti Fandom* yaitu, penggemar memiliki kecenderungan untuk membenci *fandom* pesaingnya, (b) *bad object* yaitu kondisi dimana penggemar memiliki pemahaman yang sama untuk setuju melawan suatu objek yang dianggap berbeda atau melawan nilai moral serta estetika yang mereka yakini selama ini, (c) *disappointed anti-fandom* terjadi ketika kelompok penggemar merasa kecewa pada sesuatu yang ditampilkan oleh media, (d) *anti-fans anti-fandom*

dimana hal tersebut dilatarbelakangi oleh ketidaksukaan suatu *fandom* terhadap praktik *fandom lain* sehingga menimbulkan kemebeccian diantara sesama penggemar.

Menurut Tajfel (1982 seperti dikutip dalam Kaplan, Subsidiary, Brace, & Paulo, 1983) identitas sosial berasal dari pengetahuan seseorang terkait keanggotaanya dalam suatu kelompok sosial berkaitan dengan emosionalnya dalam keanggotaan tersebut. Identitas sosial merupakan pengetahuan seseorang dalam kategori sosial atau kelompok (Stets & Burke, 2000). Istilah yang mirip dengan identitas diri yaitu konsep diri. Teori identitas sosial dibangun di atas anggapan bahwa konsep diri merupakan dasar kebutuhan manusia dimana individu mempunyai cara yang berbeda untuk menanggapi ancaman terhadap identitas mereka sehingga mereka memiliki berbagai cara yang digunakan untuk mempertahankan pandangan yang positif tentang diri mereka sendiri (Shinnar, 2008).

Berdasarkan hasil kuesioner studi awal kepada responden seorang kpopers, mereka mengidentifikasi diri mereka sebagai seorang kpopers ketika mereka menyukai group idol dan Ikut Group fans, mengkoleksi atribut, menikmati hasil *popular culture* dari Korea. Mereka juga memiliki kesamaan ketertrarikan terhadap visual idol grup, musik dan gendre lagu, serta drama korea Mereka pun merasa senang dan bangga dengan identitasnya sebagai *kpopers*, menganggap positif kelompoknya. Sebagian besar dari mereka sangat aktif di media sosial, dan beberapa diantara mereka pernah terlibat *fanwar*. Mereka secara alami membentuk kelompok ketika bertemu sesama kpopers dan saling bertukar informasi, menambah relasi dan mendapatkan teman yang nyaman ketika diajak berbicara. Menurut Mitchell (2003 dikutip dalam Rahim A, 2019) memegang secara fanatik suatu sistem kepercayaan berdasarkan keaslian, keterampilan serta gagasan yang dimiliki akan menjaganya dari pergeseran nilai-nilai yang selama ini di anut. Hal tersebut berlaku pada sistem dan nilai moral yang dipegang oleh penggemar *kpop*.

Upaya imitasi terjadi pada penggemar dan idola mereka serta bagaimana cara melakukan aktivitas *fangirling* atau *fanboying*. penggemar membangun pondasi yang kuat untuk identitas mereka. Konsep diri di antara penggemar kpop saling mendorong satu sama lain sehingga tidak memengaruhi keanggotaan grup mereka. Hal ini sejalan dengan teori identitas sosial dimana penggemar menginternalisasi nilai-nilai yang dipegang untuk berpartisipasi dan meningkatkan kesadaran mereka akan kelompoknya sehingga kagum terhadap kelompoknya. Generasi Millennial didominasi oleh *K-Popers* yang tidak stabil dan masih mencari identitas. Beberapa dari mereka bahkan rela meninggalkan kewajiban agama untuk beribadah bahkan melewatkan makan dan minum ketika sedang fokus pada aktivitas penggemar. Oleh karena itu, dengan adanya fakta tersebut penulis menarik kesimpulan bahwa *K-Pop* tumbuh menjadi elemen kebutuhan mereka dimana pertumbuhannya sangat cepat melalui kegiatan permedia sosial.

Masalah muncul ketika penggemar mulai saling bersaing, berusaha menggunakan pengetahuan mereka untuk menunjukkan kekuatan fandom mereka. Menurut Hills (2002 (dalam Rahim A, 2019) Fandom di Internet mulai menunjukkan hierarki sosial di mana penggemar berbagi minat yang sama sementara juga bersaing atas pengetahuan penggemar. Menurut Nugraini (2016 dikutip dalam Eliani Jenni, M. Salis Yuniardi, 2018) dengan adanya pengalaman secara kolektif membuat aktivitas yang dilakukan oleh penggemar yang tergabung dalam suatu fandom menjadi lebih mendalam serta luas, dimana seringkali kegiatan yang dilakukan secara bersamaan tersebut dapat memunculkan perilaku yang agresif. Faktor yang mempengaruhi kecenderungan agresivitas pada manusia dipengaruhi oleh intensitas dorongan internal, faktor pengendalian diri serta adanya sasaran yang dituju, (Berkowitz, 2003). Namun menurut Baron & Koeswara (1988 yang dikutip dalam Susantyo, 2011) faktor faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk berperilaku agresif salah satunya adalah faktor personal meliputi usia,

latar belakang pendidikan, jenis kelamin dan juga status sosial. Selain itu juga ada faktor situasional dimana dipengaruhi oleh lingkungan diluar dari individu itu sendir. Faktor situasional bisa terdiri terdiri dari lingkungan didalam keluarga ataupun lingkungan sekitar masyarakat atau sosial.

Seseorang memproses informasi melalui media sosial dapat berbeda dibandingkan dengan pemrosesan informasi secara tatap muka.. Agresi yang dilakukan secara online berfokus untuk mengejar kekuasaan dan status, mencapai kontrol sosial, sebagai hiburan untuk mencari kesenangan atau menghilangkan kebosanan, dan penggunaan agresi di dunia maya merupakan cara yang aman untuk melakukannya (Runions, 2013). Agresi manusia adalah hasil dari berbagai faktor dan kepribadian sebagai variabel kunci untuk memahami faktor-faktor pribadi yang mempengaruhi perilaku Agresif. Proses ini terjadi akibat pengaruh kepribadian terhadap emosi dan pikiran Agresif (Anderson & Bushman, 2001)

Studi awal diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurudin di tahun 2019 dengan judul “*social identity of millennial generation : a study on K-Pop community of college student*” dimana penelitian tersebut mengungkapkan, bahwa identitas sosial yang terbentuk pada penggemar *K-Pop* adalah; (1) *peer group* atau teman sebaya sangat memperkuat identitas sosial mereka, (2) munculnya perubahan yang signifikan dalam kebiasaan sehari-hari mereka (seperti cara berbicara, cara berpakaian, serta preferensi atribut) , (3) individu yang berasal dari komunitas ini menunjukkan identitas yang baru di komunitas lain , dan (4) *K-Pop* dapat didefinisikan sebagai imperialisme budaya global (Nurudin, 2019)

Penelitian lebih lanjut telah meneliti hubungan antara *Agresi Elektronik* dan Lima Besar ciri kepribadian - ekstrasversi, kesadaran, keramahan, neurotisme, dan intelek /

imajinasi (kadang-kadang disebut keterbukaan). Festl Scharkow, dan Quandt, pada tahun 2013 meneliti 408 remaja dengan usia rata-rata 15,4 tahun dan menemukan bahwa penyerang dunia maya memiliki tipe kepribadian lebih ekstrover tetapi kurang teliti (yaitu, lebih impulsif) dan menyenangkan (yaitu, kurang toleran dan lebih kritis terhadap orang lain) daripada non-agresor (Festl Scharkow, dan Quandt, 2013).

Demikian pula, Kokkinos, Baltzidis, dan Xynogalam pada tahun 2016 menemukan bahwa cyberbullying dikaitkan dengan ekstraversi tinggi dan kesadaran rendah dengan memeriksa 430 mahasiswa Yunani (usia rata-rata 20,3 tahun) dan melaporkan korelasi positif antara cyberbullying dan sifat impulsif / tidak bertanggung jawab serta. Mereka beralasan bahwa individu impulsif yang mencari pengalaman saat menggunakan Internet lebih cenderung menjadi agresor dunia maya (Kokkinos et al., 2016).

Emmons, Diener, dan McFatter, tahun 1994 mengungkapkan bahwa individu yang memiliki kepribadian yang cenderung extrovert biasanya bersifat impulsif dimana ini erat kaitannya dengan pengaruh yang negatif. Individu dengan tindakan yang impulsif ditandai dengan kurangnya kemampuan dalam menghambat dari adanya impuls yang merugikan atau kurang baik sehingga individu tersebut tidak mempertimbangkan konsekuensi yang akan terjadi karena kurangnya kehati-hatian dalam melakukan suatu tindakan sehingga berakibat buruk. Biasanya mereka juga merupakan orang yang kurang disiplin dan tertaur. Diketahui bahwa remaja yang cenderung mempunyai sifat yang impulsif biasanya sering mengambil tindakan secara tergesa-gesa tanpa pemikiran yang matang sehingga cenderung akan bertindak atau berperilaku agresif (Emmons, Diener, & McFatter, 1994)

Berdasarkan penelitian (Istiqomah, 2017) terkait adanya hubungan diantara pemakaian media sosial sehari-hari dengan tingkat dari agresivitas pada remaja hasilnya

adalah bahwa remaja yang penggunaan media sosial sehari-hari cenderung dapat meningkatkan perilaku agresi pada remaja ketika penggunaan media sosial itu sendiri cukup intens melalui berbagai *platform* media sosial seperti postingan status di *facebook*, saling berkirim pesan melalui *fitur chat*, sampai dengan mengunggah sesuatu yang berbau kriminal ataupun perilaku yang agresif.

Berdasarkan penjelasan dari uraian di atas, peneliti sendiri cukup tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan “Hubungan Identitas Sosial dan Tipe Kepribadian Ekstrovert dengan Agresi Elektronik pada Penggemar *K-Pop*.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang dari permasalahan di atas, rumusan masalah bisa diambil oleh peneliti adalah :

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara identitas sosial (X1) dengan Agresi Elektronik (Y) pada penggemar K-Pop?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara tipe kepribadian ekstrovert (X2) terhadap Agresi Elektronik (Y) pada penggemar *K-Pop*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang akan diteliti ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antara identitas sosial dengan perilaku konformitas pada penggemar *K-Pop*

1. Untuk mengetahui adanya hubungan yang positif dan signifikan antara identitas sosial (X1) dengan Agresi Elektronik (Y) pada penggemar K-Pop
2. Untuk mengetahui adanya hubungan yang positif dan signifikan antara tipe kepribadian (X2) terhadap Agresi Elektronik (Y) pada penggemar *K-Pop*

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian yang dilakukan ada beberapa manfaat yang hendak dicapai yaitu diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam aspek berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan agar menyumbangkan hasil yang ilmiah bagi perkembangan serta kemajuan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang psikologi sosial dengan adanya tambahan data yang dilakukan secara empiris serta dilakukan pengujian secara ilmiah. Dilihat dari aspek teoritis diharapkan penelitian yang telah dilakukan dapat berguna untuk penelitian selanjutnya terhadap masalah yang relevan, serta dengan dikembangkannya dan diterapkannya konsep yang telah dibuat dapat memberikan suatu gambaran terkait identitas sosial dan kepribadian yang dibentuk oleh suatu kelompok dan hubungannya dengan perilaku Agresif di media sosial atau yang disebut sebagai *Agresi Elektronik* yang ditunjukkan oleh anggota kelompok untuk mempertahankan kelompoknya apakah berpengaruh secara signifikan atau tidak.

2. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan bisadapat memberikan gambaran terkait hubungan identitas sosial dan kepribadian ekstrovert terhadap Agresi Elektronik, dengan dilakukannya penelitian yang telah diuji secara empirik diharapkan dapat memperkaya pemahaman kita semua sehingga dapat bermanfaat bagi peneliti dan peneliti lainnya yang tertarik untuk dapat bisa menghaji fenomena ini lebih mendalam.

