

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian	14
Tabel 2.1 Penulisan Terdahulu Kategori Jurnal Nasional.....	30
Tabel 2.2 Penulisan Terdahulu Kategori Jurnal Internasional	33
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	48
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (X ₁).....	51
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Agresi Verbal (X ₂)	52
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Fanatisme (Y).....	52
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel X ₁	53
Tabel 3.7 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel X ₂	53
Tabel 3.8 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Y	53
Tabel 3.9 Kategori Penilaian.....	55
Tabel 4.1 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Partisipasi”.....	63
Tabel 4.2 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Keterbukaan”	65
Tabel 4.3 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Percakapan”.....	66
Tabel 4.4 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Komunitas”	67
Tabel 4.5 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Saling Terhubung”.....	69
Tabel 4.6 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Terlibat Dalam Berdebat Atau Memperlihatkan Ketidaksukaan Dan Ketidaksetujuan”	71
Tabel 4.7 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Menyebarkan Gosip”	73
Tabel 4.8 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Bersikap Sarkatis”	75
Tabel 4.9 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Rasa Antusiasme Yang Ekstrim”	77
Tabel 4.10 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Keterikatan Emosi dan Rasa Cinta”.....	79
Tabel 4.11 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Berlangsung Dalam Waktu Lama”	81
Tabel 4.12 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Menganggap Hal yang Mereka yakini adalah Benar”	82
Tabel 4.13 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Membela dan Mempertahankan Kebenaran yang Mereka Yakini”	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013-Januari 2023).....	2
Gambar 1.2 Alasan paling populer untuk menggunakan internet di Indonesia	2
Gambar 1.3 Banyaknya pengguna <i>new media</i> , media sosial yang aktif di Indonesia	3
Gambar 1.4 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Twitter Terbanyak di Dunia (April 2023).....	5
Gambar 1.5 akun X @idextratime	6
Gambar 1.6 tweet kekalahan Manchester united di akun @idextratime	7
Gambar 1.7 tweet kekalahan Manchester united di akun @idextratime	7
Gambar 1.8 tweet penghinaan kekalahan Manchester united di akun @idextratime	8
Gambar 1.9 Respon komentar di akun @idextratime	9
Gambar 1.10 tweet penghinaan kekalahan Manchester united di akun @idextratime	9
Gambar 1.11 Respon komentar di akun @idextratime	9
Gambar 2.1 Teori S-O-R.....	17
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 3.1 Garis Kontinum	55
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	63
Gambar 4.3 Garis Kontinum	64
Gambar 4.4 Garis Kontinum	66
Gambar 4.5 Garis Kontinum	67
Gambar 4.6 Garis Kontinum	68
Gambar 4.7 Garis Kontinum	70
Gambar 4.8 Garis Kontinum	72
Gambar 4.9 Garis Kontinum	74
Gambar 4.10 Garis Kontinum	76
Gambar 4.11 Garis Kontinum	78
Gambar 4.12 Garis Kontinum	80
Gambar 4.13 Garis Kontinum	82
Gambar 4.14 Garis Kontinum	83

Gambar 4.15 Garis Kontinum	86
Gambar 4.16 Hasil Uji Normalitas P-P plot.....	87
Gambar 4.17 Hasil Uji Normalitas Kolgomorov Smirnov	88
Gambar 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas Gleiser	89
Gambar 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	90
Gambar 4.20 Hasil Uji Lineritas Variabel Media Sosial terhadap Fanatisme	91
Gambar 4.21 Hasil Uji Lineritas Variabel Agresi Verbal terhadap Fanatisme.....	91
Gambar 4.22 Analisis Uji Regresi Linear Berganda.....	92
Gambar 4.23 Analisis Uji Koefisien Determinasi.....	93
Gambar 4.24 Analisis Uji Hipotesis (Uji T)	94
Gambar 4.25 Analisis Uji Hipotesis (Uji F)	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Ithenticate	108
Lampiran 2 Kuesioner.....	109
Lampiran 3 Hasil Tabulasi 30 Responden	116
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	119
Lampiran 5 Bukti Penyebaran Kuisisioner	124
Lampiran 6 Tabulasi data 100 responden variable Media Sosial (X1).....	126
Lampiran 7 Tabulasi data 100 responden variabel Agresi Verbal (X2)	128
Lampiran 8 Tabulasi data 100 responden variabel Fanatisme (Y)	130

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepak bola ialah kegiatan olahraga yang menarik minat mayoritas penduduk di seluruh dunia. Olahraga ini populer di kalangan berbagai kelompok usia dan jenis kelamin, mencakup baik orang tua maupun anak-anak tanpa memihak gender. Pertumbuhan sepak bola di kalangan masyarakat terjadi dengan cepat karena permainan ini selalu dinikmati dan digemari oleh semua golongan, mulai dari anak kecil hingga dewasa, bahkan orang tua (Sucipto, dkk. 2000: 7). Sepakbola telah menjadi olahraga yang sangat terkenal secara global, termasuk di Indonesia, dan dapat dianggap sebagai olahraga utama yang paling diminati di negara ini. Ketertarikan terhadap sepakbola tidak hanya terbatas pada bermain, melainkan juga melibatkan kesenangan dalam menonton pertandingan sepakbola (Vembria Rose Handayani 1, 2019).

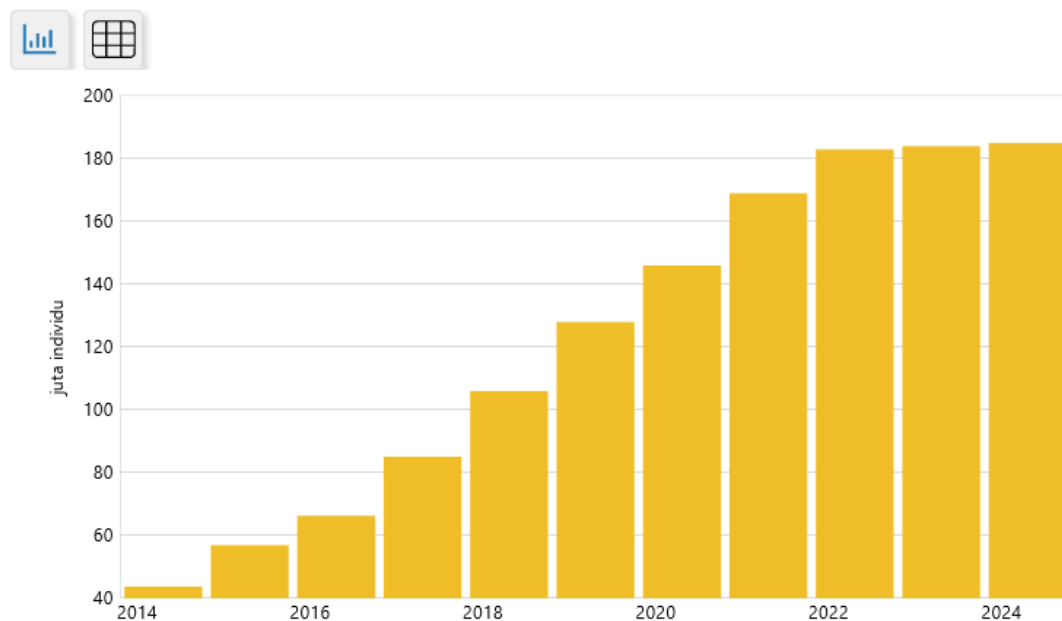
Kemeriahan dalam pertandingan sepak bola sangat mengesankan, seringkali memengaruhi tingkat fanatisme penonton kepada klub favorit mereka. Bahkan, para penggemar bersedia untuk melakukan berbagai tindakan ekstrem demi mendukung klub kesayangan mereka. Dalam dunia sepak bola, dukungan dari para suporter memiliki peran krusial dalam menentukan kesuksesan suatu tim dalam sebuah pertandingan. Kehadiran suporter tidak hanya memberikan semangat, tetapi juga menjadi sumber motivasi bagi setiap pemain untuk menunjukkan kemampuan terbaik mereka. Olahraga Sepak bola ialah olahraga yang banyak diminati karena menampilkan pertandingan yang menyenangkan dan membangkitkan antusiasme bagi para penonton, terutama bagi para pendukung yang sangat fanatik (Tiyanto et al., 2019).

Antusiasme penggemar sepakbola sering terungkap di berbagai saluran media, dan dalam era modern, media dan olahraga sangat terkait satu sama lain. Menurut (Bannet, 1983) menyatakan bahwa media telah berfokus pada kegiatan olahraga, terutama di Inggris dan AS. Olahraga, khususnya sepakbola, telah menjadi topik berita yang menarik bagi media di Indonesia untuk tujuan meningkatkan jumlah pembaca. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa 77% orang Indonesia tertarik pada sepak bola

(Nielsen Sport, 2013). Indonesia bahkan menduduki peringkat kedua sebagai negara peminat sepak bola setelah Nigeria, di mana sekitar 83% penduduknya memiliki minat terhadap olahraga ini. Fakta ini menjadikan Indonesia sebagai negara yang fanatik terhadap sepak bola, sehingga meningkatkan potensi terjadinya benturan antar sesama penggemar bola. Dalam hal ini, Media memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat dan ini termasuk informasi tentang berita olahraga yang mencakup peristiwa, ajang, dan prestasi terkini dalam olahraga. Semua berita tentang sepak bola dapat dengan mudah diakses secara online.

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)



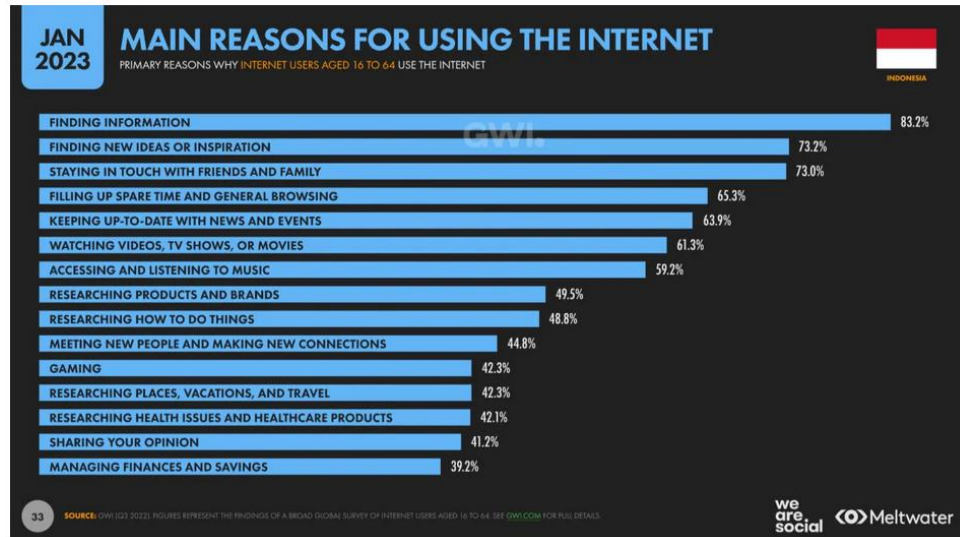


Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2014-Januari 2024)

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

Selama periode Januari 2014 hingga Januari 2024, penggunaan internet di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2014, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sekitar 88,1 juta, dan pada tahun 2024, jumlah ini diperkirakan telah melonjak menjadi lebih dari 220 juta pengguna. Pertumbuhan ini didorong oleh berbagai faktor, termasuk peningkatan aksesibilitas dan keterjangkauan perangkat mobile, perluasan infrastruktur jaringan, serta peningkatan literasi digital di kalangan masyarakat. Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pemerintah dan sektor swasta juga berperan penting dalam memfasilitasi adopsi teknologi digital melalui berbagai inisiatif dan program. Selain itu, meningkatnya penggunaan platform media sosial, e-commerce, dan layanan digital

lainnya turut mendorong pertumbuhan pengguna internet. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan konektivitas dan interaksi sosial, tetapi juga mempengaruhi berbagai aspek kehidupan seperti ekonomi, pendidikan, dan pemerintahan di Indonesia.

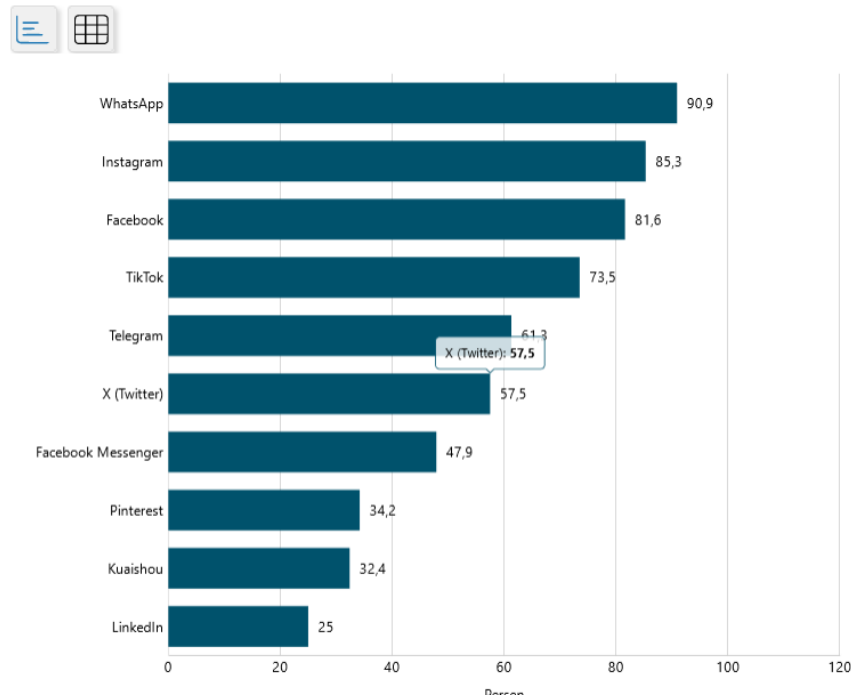


Gambar 1.2 Alasan paling populer untuk menggunakan internet di Indonesia

Sumber : www.meltwater.com

Gambar 1.2 menunjukkan beberapa alasan paling populer untuk menggunakan internet di Indonesia, Alasan utama pengguna internet 83,2% penduduk Indonesia adalah mencari informasi. Sebagian besar warga Indonesia saat ini mengandalkan internet sebagai sumber utama mereka untuk mendapatkan informasi tentang segala hal, mulai dari peristiwa terkini hingga saran kesehatan di tengah situasi saat ini. Selain itu terjuga alasan lain Masyarakat Indonesia menggunakan internet yakni untuk menemukan inspirasi, berkomunikasi dengan teman dan keluarga, hingga konflik dalam dunia olahraga menjadi topik yang sangat diminati dalam pemberitaan media massa. Media massa di indonesia sendiri sangat beragam, salah satu nya media sosial. Van Dijk, sebagaimana disampaikan oleh Nasrullah (2015), mendefinisikan bahwa media sosial merupakan platform media yang menekankan peran pengguna, memberikan mereka kesempatan untuk berkolaborasi, dan berpartisipasi dalam aktivitas. Dengan demikian, media sosial dapat dianggap menjadi media online yang membangun ikatan sosial dan meningkatkan interaksi.

10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet* di Indonesia (Januari 2024)



Gambar 1.3 10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2024).

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

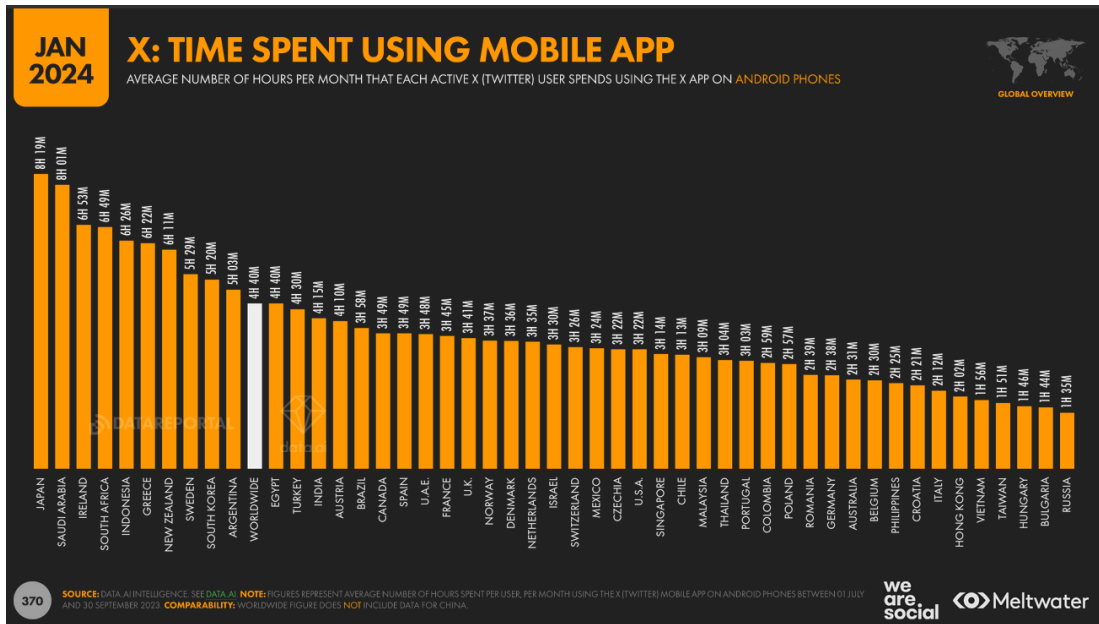
Beberapa Media sosial yang ada pada gambar diatas antara lain, Whatsapp, Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter atau dengan nama lain X, yang sebagian telah digunakan oleh Masyarakat Indonesia. Dari gambar 1.3 dapat diketahui bahwa Twitter berada pada posisi 6 teratas, hal ini menunjukkan bahwa aplikasi tersebut masih populer di kalangan Indonesia sebagai platform media sosial dengan presentase 57,5%. Menurut data yang dilaporkan oleh datareportal, terdapat 24,69 juta pengguna Twitter di Indonesia pada awal tahun 2024, dengan memperhitungkan total populasi. Dari Data tersebut membuktikan bahwa media sosial Twitter dapat tetap eksis dan mempertahankan keberadaannya sejalan dengan perkembangan media sosial pada era digitalisasi ini.

Berbicara tentang media sosial yang memudahkan manusia untuk berkomunikasi secara digital, media sosial berkaitan dengan penyampaian pesan/informasi terhadap khalayak. Media sosial memiliki sifat yang terbuka dan memungkinkan pengguna untuk secara bebas menyampaikan pendapat, memberikan komentar pada postingan, dan menyebarkan informasi dengan cepat dan tanpa batasan. Menurut Rajeev (2015), media sosial mempengaruhi berbagai masyarakat dalam

memungkinkan individu untuk membuat pandangan dan kehidupan mereka menjadi publik. Oleh karena itu, jika pemanfaatan media sosial tidak etis atau melibatkan perilaku yang buruk, dampak negatifnya dapat dirasakan oleh banyak orang dan mempengaruhi masyarakat secara umum. Dampak negatif dari sosial media menurut (Vania Natali, 2021), yaitu pengaruh terhadap kesehatan emosional, terdapat berita bohong atau berita palsu, dan ujaran kebencian (hate speech).

Banyak orang percaya bahwa tulisan mereka dianggap perilaku yang dapat diterima karena kemudahan memberikan komentar melalui akun media sosial memungkinkan mereka untuk dengan bebas menyampaikan rasa tidak suka mereka terhadap orang lain. Di media sosial, perilaku kasar secara verbal dapat diamati dalam komentar yang ditujukan terhadap pengguna lain dan pemegang akun. Menyakiti seseorang secara verbal sering dianggap biasa oleh kebanyakan pengguna media sosial, tetapi sebenarnya termasuk perilaku kurang menyenangkan dan dapat dianggap sebagai bentuk intimidasi terhadap orang tersebut. Kekerasan verbal adalah tindakan yang mencakup penggunaan kata-kata, ucapan, atau cara berbicara yang menimbulkan ujaran kebencian (Hamilton, 2012). Perilaku ini dilakukan secara sengaja oleh individu agar menciptakan dampak negatif pada individu lain serta mempunyai tujuan untuk menyakiti perasaan seseorang.

Agresi verbal ini termasuk kedalam perilaku agresi. Menurut (Hamilton, 2012) yang mengutip Buss dan Perry, agresi dapat berarti tingkah laku yang menyebabkan kerusakan pada orang lain, baik fisik maupun psikologis. Perilaku ini cenderung mengekspresikan pikiran, perasaan, kehendak, dan tindakan secara kasar dan bersifat negatif. Sangat mengkhawatirkan bahwa agresi verbal terjadi karena manusia adalah makhluk sosial yang cenderung bersosialisasi (Schneider, 2005). Fenomena ini dapat terkait dengan dinamika dalam media sosial, di mana interaksi manusia seringkali dipertajam oleh penggunaan kata-kata dan ekspresi verbal dalam platform tersebut. Penggunaan perilaku agresif secara verbal sering dianggap sebagai sesuatu yang umum, terutama terlihat pada platform media sosial seperti Twitter. Di sana, ekspresi verbal sering menjadi sarana untuk menyampaikan pendapat, dan terkadang, interaksi online tersebut mengandung unsur agresivitas.



Gambar 1.4 Jumlah rata-rata jam per bulan setiap pengguna aktif X (Twitter) yang membuka aplikasi X di ponsel Android (2024)

Sumber : www.meltwater.com

Pada Gambar 1.4 Indonesia termasuk dalam 11 besar negara dengan rata-rata penggunaan yang signifikan. Pengguna aktif di Indonesia menghabiskan rata-rata 4 jam 40 menit per bulan untuk membuka aplikasi X di perangkat Android mereka. Angka ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki keterlibatan yang tinggi dengan platform tersebut, menjadikannya salah satu dari negara dengan penggunaan aplikasi X tertinggi di dunia pada tahun 2024. Twitter merupakan media sosial yang didirikan sekitar lima belas tahun lalu oleh Noah Glass, Jack Dorsey, Evan Williams, dan Biz Stone dari San Fransisco, California, AS, telah berkembang menjadi salah satu platform yang berkembang secara pesat. Twitter, yang pertama kali diluncurkan pada 21 Maret 2006, secara resmi dibuka untuk umum pada 15 Juli 2006. Platform ini terus berkembang, menarik pengguna dari berbagai usia dan kalangan. Media sosial Twitter/X memiliki konsep sebagai suatu wadah digital yang memungkinkan penggunanya berinteraksi, berbagi informasi, dan menjalin hubungan sosial melalui pesan singkat yang disebut "Tweet". Pembatasan karakter tweet hingga 280 karakter yang membuat penggunanya harus dapat menyampaikan informasi dengan singkat dan mudah dipahami.

Salah satu contoh penggunaan Twitter/X sebagai sumber informasi sepakbola, terdapat akun @idextratime. Akun Twitter/X @idextratime cukup populer dan sering

dikunjungi oleh pengguna X di Indonesia dengan tujuan mendapatkan informasi mengenai dunia olahraga yakni sepakbola. Hingga saat ini per-November 2023, akun @idextratime telah membuat postingan sebanyak 120,3 ribu kali dan mempunyai 880,9 ribu followers sejak dibuat pada Januari 2020. Melalui akun ini, pengguna memiliki kemampuan untuk menelusuri informasi terkini dan berita terkait sepakbola dari seluruh dunia, serta berpartisipasi dalam diskusi mengenai beragam topik terkait pertandingan yang akan datang bersama para pengikutnya.



Gambar 1.5 akun X @idextratime

Sumber : <https://Twitter.com/idextratime>

(Sage,1990) Dalam kaitannya dengan hubungan antara media dan dunia olahraga, dapat dikemukakan bahwa keduanya memiliki aspek positif dan negatif. Media mampu memperoleh dukungan luas dari masyarakat dengan melaporkan tentang olahraga yang menjadi favorit mereka, sementara dunia olahraga mendapatkan perhatian dari masyarakat berkat liputan media. Meskipun begitu, terkadang hubungan ini dapat menimbulkan masalah bagi olahraga terkait akibat cara media melaporkan peristiwa tersebut. Keduanya saling berpengaruh dan saling tergantung pada keberhasilan komersial serta tingkat popularitas yang berhasil mereka capai. Nilai berita yang mengandung konflik cenderung menarik perhatian pembaca, konflik dalam dunia olahraga menjadi topik yang diminati, seperti yang disebutkan oleh Doris A. Graber (1993), yang menyatakan bahwa nilai berita yang banyak diadopsi oleh media massa termasuk unsur kejadian luar biasa, hiburan, familiaritas, kedekatan, konflik, dan kekerasan.

Topik yang selalu ramai diperbincangkan di akun X @idextratime ialah berita kekalahan klub sepakbola yang bernama Manchester United. Di Indonesia, olahraga sepakbola bukanlah hal yang asing bagi masyarakat, Indonesia termasuk negara yang memiliki sejumlah besar penggemar sepak bola, terutama yang memberikan dukungan kepada klub Manchester United, yang dianggap sebagai salah satu basis pendukung terbesar di tingkat global. Akun @idextratime terus menyajikan berita tentang kekalahan beruntun Manchester United. Penggemar klub Manchester United atau dengan nama lain setan merah semakin kecewa seiring dengan penampilan yang tidak memuaskan dari tim kesayangan mereka. Berita tersebut membuat para followers hingga *Fans* klub lain tertarik untuk membicarakan topik tersebut.



Gambar 1.6 tweet kekalahan Manchester united di akun @idextratime

Sumber : <https://Twitter.com/idextratime>



Gambar 1.7 tweet kekalahan Manchester united di akun @idextratime

Sumber : <https://Twitter.com/idextratime>

Di dalam Tweet tersebut akun @idextratime memberikan informasi pertandingan dari klub Manchester United yang telah usai dengan hasil kekalahan dua kali berturut turut dan tidak sesuai dengan harapan pendukungnya. Situasi tersebut memicu berbagai tanggapan dari para pengikut @idextratime, yang secara masif memberikan pendapat dengan beragam sudut pandang, termasuk yang bersifat positif dan negatif. Dalam konteks sepak bola, dukungan dari para pendukung sangatlah krusial karena kehadiran mereka mampu meningkatkan semangat dan motivasi setiap pemain. Supporter adalah orang yang menunjukkan kasih sayang dan komitmen yang kuat terhadap idola mereka. Mereka mampu berusaha bertindak segala cara untuk membantu benda yang mereka cintai, termasuk melakukan apa pun untuk membantunya sukses dan berfungsi. (Harian Supersoccer, 2011).



Gambar 1.8 tweet penghinaan kekalahan Manchester united di akun @idextratime

Sumber : <https://Twitter.com/idextratime>

Setelah beberapa saat dari kekalahan Manchester United, nyatanya akun @idextratime tidak hanya memberikan informasi mengenai sepakbola kepada followersnya. Namun bisa dilihat pada gambar 1.8 tweet tersebut seolah memberikan sebuah hinaan atas kalah nya Manchester United dan merupakan sebuah tindakan agresi verbal. Tweet tersebut kurang santun dan tidak menunjukkan rasa hormat kepada pihak *Fans* klub Manchester United. Selain itu, *tweet* tersebut juga menyebarkan pesan berbentuk ujaran kebencian. Hal ini mengundang respon yang tidak sedikit dari followers @idextratime, terdapat 258 pengikut yang berkomentar terhadap *tweet* tersebut.



Gambar 1.9 Respon komentar di akun @idextratime

Sumber : <https://Twitter.com/idextratime>

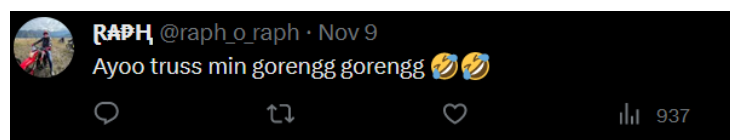
Didalam *Tweet* penghinaan kekalahan Manchester united di akun @idextratime, terdapat followers @idextratime berkomentar dengan pendapat mereka yang kurang sopan. dan tak jarang pula yang mendukung agar akun @idextratime terus membuat *tweet* yang menghina Manchester United. Mereka mengatakan bahwa akun @idextratime adalah akun sampah, dan ada pula yang hanya menikmati dengan tertawa sebagai candaan saja.



Gambar 1.10 *tweet* penghinaan kekalahan Manchester united di akun @idextratime

Sumber : <https://Twitter.com/idextratime>

Gambar 1.10 menunjukkan *tweet* penghinaan kekalahan Manchester United yang diposting oleh akun @idextratime. *Tweet* tersebut mungkin memuat ejekan atau sindiran terhadap performa buruk Manchester United dalam pertandingan yang baru saja berlangsung. Isi *tweet* tersebut berupa hinaan Ketika klub Manchester united mengalami kekalahan dalam pertandingan dengan jumlah skor 4-3. . Penghinaan semacam ini sering kali menimbulkan reaksi beragam dari pengguna Twitter lainnya, termasuk pendukung setia Manchester United yang mungkin merasa tersinggung atau justru membela tim kesayangan mereka.



Gambar 1.11 Respon komentar di akun @idextratime

Sumber : <https://Twitter.com/idextratime>

Beragam tanggapan dari pengguna X tentang *Tweet* dari akun @idextratime mengenai bullyan terhadap kekalahan Manchester United menunjukkan perilaku dan sikap yang beragam bentuknya. Dari yang hanya sekedar menikmati cuitan tersebut, membantu *reTweet* dan like agar utas tersebut viral lalu membandingkan dengan situasi pendukung club lain, bahkan adapula pendukung setan merah rela berbuat apapun demi klub kebanggaan nya. Hal ini disebut dengan fanatisme (Anam, 2016). Jika seseorang memiliki tingkat fanatisme, hal tersebut dapat mempengaruhi tindakan mereka, baik dalam mengekspresikan fanatisme secara positif maupun negatif. Ini dikarenakan tingkat fanatisme yang tinggi mendorong seseorang untuk berusaha maksimal dalam menunjukkan dukungan mereka dengan berbagai cara, seperti yang dijelaskan oleh (Muslich, 2017). Timbulnya beragam sikap ini dipicu oleh keberadaan Twitter/X sebagai saluran berita yang setara dengan media konvensional. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika pandangan publik dapat dengan mudah terbentuk dan seringkali termanifestasikan di platform media sosial Twitter.

Untuk memfokuskan penelitian mengenai bully terkait kekalahan Manchester United memiliki urgensi yang penting yaitu pengaruh dan Respons Emosional, Media sosial menjadi platform utama bagi penggemar sepak bola untuk berinteraksi, berbagi pendapat, dan menunjukkan dukungan mereka terhadap tim kesayangan. Dalam konteks ini, akun seperti @Idextratime dapat memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini dan perilaku para fans. Agresi verbal yang muncul di media sosial juga bisa memperburuk situasi dengan memicu konflik di antara fans atau memperkuat fanatisme yang berlebihan. Mengingat pentingnya fenomena ini, penelitian ini bisa memberikan wawasan berharga bagi pengelola klub, pelatih, dan psikolog olahraga tentang bagaimana media sosial dan komunikasi digital memengaruhi dinamika fans. Hasil penelitian dapat membantu dalam merumuskan strategi komunikasi yang lebih efektif dan mengurangi dampak negatif dari agresi verbal di media sosial

Penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan mengkaji dua aspek yang saling terkait namun jarang diteliti secara bersamaan: pengaruh media sosial khususnya akun @Idextratime dan agresi verbal terhadap fanatisme fans sepak bola. Kebanyakan penelitian sebelumnya cenderung fokus pada satu aspek saja, seperti

dampak media sosial terhadap interaksi fans atau studi mengenai agresi verbal di dunia nyata. Dengan menggabungkan kedua aspek ini, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih komprehensif dan mendalam tentang bagaimana media sosial dan komunikasi negatif dapat mempengaruhi fanatisme. Selain itu, fokus pada akun spesifik @Idextratime memungkinkan untuk melihat pengaruh akun tersebut secara lebih terperinci, memberikan kontribusi unik yang dapat menjadi referensi penting bagi penelitian selanjutnya dalam bidang studi media sosial dan olahraga. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya penting untuk memahami fenomena fanatisme fans klub sepakbola Manchester United, tetapi juga memiliki implikasi yang lebih luas dalam konteks agresi verbal yang relevan dengan penggunaan media sosial dan perilaku verbal di platform tersebut.

Maka dari itu peneliti memilih *tweet* mengenai bullyan terhadap klub sepakbola Manchester United di akun @idextratime dimulai pada periode bulan Oktober 2023 - Januari 2024. Periode ini dipilih karena pada akhir tahun itu Klub Man United sering mengalami kekalahan dan ramai diperbincangkan oleh penggemar sepakbola baik pendukung Man United maupun pendukung Klub lain. *Tweet* yang diposting oleh @idextratime mengenai kekalahan Man United berkaitan dengan sebuah hinaan dan merupakan sebuah tindakan agresi verbal, tindakan tersebut dilakukan secara sengaja oleh akun @idextratime agar menciptakan dampak negatif pada individu lain seperti fanatisme *fans* Man United. Penyebab akun @idextratime membuat *tweet* hinaan yaitu upaya untuk mendapatkan perhatian atau reaksi dari pengikut mereka di media sosial dengan memanfaatkan momen momen krusial seperti kekalahan Man United. Manchester United, sebagai salah satu klub besar Inggris, menandai keberadaannya sebagai kekuatan dominan dalam sejarah sepakbola. Dalam sejarahnya yang panjang, klub ini tidak hanya menjadi representasi sepakbola berkualitas, tetapi juga simbol kebanggaan bagi penggemar yang tersebar di seluruh dunia.

Respon pendukung manchester united sering kali tidak sesuai seperti supporter seharusnya. Adanya fanatisme yang mendorong mereka untuk merasa membela ketika tim kebanggannya mengalami kegagalan. Respon dari *Fans* fanatik Manchester United mungkin mencakup pembelaan terhadap tim mereka, serangan balik terhadap akun fanbase yang merilis *tweet* hinaan, serta sikap bertahan dan dukungan yang semakin kuat meskipun dalam situasi yang sulit. Fans yang sangat fanatik terhadap Manchester United seringkali menunjukkan perilaku yang mengedepankan tujuan

tertentu tanpa mempertimbangkan atau peduli terhadap konsekuensi yang mungkin timbul. Ini terjadi karena tingginya tingkat fanatisme mendorong mereka untuk berupaya maksimal dalam mengekspresikan sikap fanatik tersebut dengan berbagai cara.

Berdasarkan uraian diatas muncullah pertanyaan, apakah akun @idextratime yang sering kali membuat tweet hinaan atas kekalahan Manchester United memiliki pengaruh terhadap fanatisme pendukung klub Manchester United tersebut. berdasarkan banyaknya fakta bahwa pendukung setan merah ini sering kali menunjukkan sikap membela dengan berbagai cara dan berpotensi menimbulkan berbagai masalah negatif, seperti menggunakan kata-kata kasar tanpa mempertimbangkan akibatnya.

Pada penelitian ini, teori komunikasi yang diterapkan adalah teori S-R, yang merupakan singkatan dari Stimulus-Response. Teori ini, yang berasal dari ilmu psikologi behavioris, menyatakan bahwa perilaku manusia dapat dijelaskan sebagai respons langsung terhadap rangsangan eksternal yaitu stimulus (Mulyana, 2013:143). Dalam konteks komunikasi, teori ini menyarankan bahwa pesan atau informasi (stimulus) yang diterima oleh individu akan memicu respons tertentu tanpa mempertimbangkan proses internal atau mental yang terjadi di antaranya. Fokus utama teori S-R adalah hubungan sebab-akibat yang langsung antara stimulus yang diberikan dan respons yang dihasilkan. Pendekatan ini menekankan pentingnya rangsangan eksternal dalam mempengaruhi perilaku individu, sehingga dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana konten dari akun @Idextratime sebagai stimulus dapat mempengaruhi fanatisme dan agresi verbal para penggemar Manchester United. Ini mencakup respons individu terhadap stimulus yang diterima melalui platform media sosial Twitter/X. Respons tersebut tidak hanya menjadi dorongan atau acuan, tetapi juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi fanatisme para pendukung Manchester United setelah membaca tweet yang merendahkan klub tersebut dari akun @idextratime. Terkait hal ini, oleh sebab itu temuan ini dibuat untuk mencari tahu pengaruh tindakan agresi verbal di media sosial X (Twitter) akun @idextratime terhadap fanatisme *Fans* Manchester United atas hinaan klub kebanggan nya. Sehingga judul dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Media Sosial Akun X @Idextratime Dan Agresi Verbal Terhadap Fanatisme Fans Klub Sepakbola Manchester United”**

1.2 Rumusan Masalah

Peneliti membuat pertanyaan penelitian berikut berdasarkan konteks dan fokus penelitian:

1. Seberapa besar pengaruh media sosial terhadap fanatisme para pendukung Manchester United pada akun @idextratime?
2. Seberapa besar pengaruh agresi verbal terhadap fanatisme para pendukung Manchester United pada akun @idextratime?
3. Seberapa besar pengaruh media sosial dan agresi verbal terhadap fanatisme para pendukung Manchester United pada akun @idextratime?

1.3 Tujuan Penelitian

Berpacu pada rumusan masalah sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, diantara lain :

1. Pengaruh media sosial terhadap fanatisme para pendukung Manchester United pada akun @idextratime
2. Pengaruh agresi verbal terhadap fanatisme para pendukung Manchester United pada akun @idextratime
3. Pengaruh media sosial dan agresi verbal terhadap fanatisme para pendukung Manchester United pada akun @idextratime

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Harapannya kajian ini dapat meningkatkan pemahaman literasi digital, khususnya tentang agresi verbal di media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi yang berguna, terutama bagi peneliti di masa mendatang yang akan melakukan penelitian serupa. Temaun kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi yang berguna untuk pengembangan pengetahuan dalam bidang tersebut.

1.4.2 Aspek Praktis

- 1) Memberikan kontribusi bagi akun @idextratime yang berupa pemikiran dalam pemberian informasi yang baik dan benar.
- 2) Penelitian ini berfungsi sebagai wadah latihan dalam berpikir secara ilmiah, membantu pengembangan pengetahuan, dan mencoba melakukan analisis

data untuk mengatasi masalah yang terkait dengan respons sikap pengguna X terhadap konten yang dihasilkan oleh akun @idextratime. Selain itu, penelitian ini harus diformulasikan sebagai skripsi untuk memperoleh gelar sarjana dari Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial Universitas Telkom.

3) Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi kepada pengguna media sosial Twitter/X serta masyarakat yang ingin mempelajari dan mengetahui pengaruh tindakan agresi verbal di media sosial akun X @idextratime terhadap fanatisme *Fans* Manchester United

1.5 Tahapan Penelitian Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.1

Waktu dan Periode Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan					
		November	Desember	Januari	Februari	Maret	April
1	Pendahuluan penelitian						
2	Seminar Judul						
3	Penyusunan Proposal						
4	Desk Evaluation						
5	Pengumpulan data						
6	Pengelohan dan analisis data						
7	Ujian Skripsi						

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

- 1.2 Identifikasi Masalah
- 1.3 Tujuan Penelitian
- 1.4 Kegunaan Penelitian
- 1.5 Waktu dan Periode Penelitian
- 1.6 Sistematika Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1 Rangkuman Teori
- 2.2 Penelitian Terdahulu
- 2.3 Kerangka Penelitian
- 2.4 Hipotesis Penelitian
- 2.5 Ruang Lingkup Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

- 3.1 Jenis Penelitian
- 3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran
- 3.3 Populasi dan Sample
- 3.4 Teknik Pengumpulan Data
- 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas
- 3.6 Teknik Analisis Data

BAB IV

- 4.1 Karakteristik Responden
- 4.2 Hasil Penelitian
- 4.3 Pembahasan Penelitian

BAB V

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Teori S-R

Model S-R bisa disebut sebagai model komunikasi paling mendasar, karena hanya menunjukkan hubungan antara stimulus dan respons. Setiawan (2020:8) menyatakan bahwa teori S-R berasumsi bahwa perilaku manusia (respons) bisa diprediksi. Manusia dianggap bertindak karena pengaruh eksternal (stimulus), bukan karena kehendak, keinginan, atau kemauan mereka sendiri. Lalu unsur utama dalam model ini adalah :

- a. Pesan (*Stimulus*, S)
- b. Efek (*Response*, R)



Gambar 2.1 Teori S-O-R

Model ini menggambarkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi yang sangat sederhana. Dalam teori ini, hubungan antara stimulus dan respons dijelaskan secara langsung, di mana variabel stimulus memberikan pengaruh pada variabel respons. Setelah itu, variabel respons bereaksi terhadap stimulus tersebut. Model S-R (Stimulus-Respons) ini mengilustrasikan bagaimana sebuah rangsangan dari lingkungan eksternal dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Ketika seseorang menerima stimulus tertentu, mereka akan memberikan respons yang spesifik sebagai reaksi terhadap stimulus tersebut. Dengan kata lain, perilaku seseorang dapat diprediksi berdasarkan jenis dan intensitas stimulus yang diterima. Misalnya, ketika seseorang mendengar suara keras tiba-tiba, respons yang mungkin muncul adalah rasa terkejut atau panik.

Dalam teori stimulus respons, menurut Firliani, Ibad, Nauval, dan Nurhikmayati (2019:834), Thorndike mengatakan bahwa komunikasi adalah proses aksi dan reaksi yang dilakukan secara sederhana. Teori ini menjelaskan bahasa lisan (verbal), nonverbal, gambar, dan tindakan tertentu akan mempengaruhi orang lain

untuk merespon dengan cara tertentu. Teori S-R memberikan pengaruh pada penerimanya karena komunikasi. Jika stimulus tidak dapat diterima, artinya stimulus tersebut tidak efektif untuk mempengaruhi individu. Sedangkan menurut Warzuqni (2019:11), teori S-R mengatakan bahwa setiap stimulus akan menghasilkan respons secara spontan dan otomatis seperti gerak refleks. Seperti jika tangan kita terkena percikan api (S), maka secara spontan, otomatis, dan reflektif kita akan menyentak tangan kita (R) sebagai reaksi yang berupa gerakan menghindar. Reaksi tersebut terjadi secara otomatis, tanpa menunggu perintah dari otak. Stimulus adalah rangsangan yang dapat berupa pikiran, perasaan, atau hal-hal lain yang dapat ditangkap melalui alat indera. Sedangkan respons, yaitu reaksi yang muncul akibat dari rangsangan, yang juga berupa pikiran, perasaan, atau tindakan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model stimulus-respons adalah model komunikasi yang menggambarkan proses aksi-reaksi. Hal ini terjadi karena individu menerima rangsangan baik secara verbal maupun nonverbal, yang kemudian mendorong mereka untuk memberikan respons terhadap rangsangan tersebut, baik dalam bentuk pikiran, perasaan, maupun tindakan.

2.1.2 New Media

New media merujuk pada sejumlah teknologi komunikasi digital yang luas digunakan untuk keperluan pribadi sebagai alat komunikasi. (McQuail, 2011: 148). McQuail menyebutkan internet sebagai media dalam new media. Pemanfaatan internet sebagai sarana hiburan dan sumber informasi telah tersebar di seluruh dunia, memungkinkan individu dari berbagai wilayah berkomunikasi dan berinteraksi sosial tanpa terbatas oleh batasan waktu dan lokasi. Era globalisasi membuat teknologi berkembang pesat dan hal ini menjadikan media sebagai sarana utama penyebaran informasi. Berbagai jenis media kini mampu menyampaikan informasi dengan kecepatan tinggi, dan media baru, khususnya Internet, telah menjadi salah satu revolusi media utama dalam konteks ini. Media baru diyakini sebagai platform terbaru dan efisien dalam menyampaikan informasi dengan cepat (Nia & Loisa, 2019).

McQuail (2011: 156-157) membedakan new media menjadi lima kategori utama berdasarkan penggunaan, konten, dan konteksnya, yaitu:

- a. Media komunikasi antarpribadi, melibatkan ponsel yang semakin mudah dibawa dan email (terutama dalam konteks pekerjaan, tetapi semakin bersifat personal). Keseluruhan pesan bersifat pribadi dan dapat dengan mudah dihapus, dengan penekanan pada pembangunan dan penguatan hubungan yang dianggap lebih signifikan daripada informasi yang disampaikan.
- b. Media yang berkaitan dengan permainan interaktif (media bermain interaktif). Perangkat realitas virtual termasuk dalam media ini, yang sebagian besar terkonsentrasi pada komputer dan video game. Tingkat keterlibatan dan potensi untuk mendominasi kesenangan pengguna atau proses adalah keuntungan utamanya.
- c. Media pencarian informasi. Salah satu yang memiliki jangkauan paling luas dan penting adalah internet, khususnya *World Wide Web* (WWW), dianggap sebagai sumber data yang memiliki aksesibilitas yang belum pernah ada sebelumnya. Selain menggunakan internet, pencarian informasi juga dilakukan melalui perangkat mobile seperti telepon.
- d. Media partisipasi kolektif, mencakup platform-platform jejaring sosial sebagai bagian dari kategori ini.
- e. Media penyiaran digantikan oleh media baru, yang memudahkan akses terhadap beragam informasi melalui siaran atau penyebaran serupa dari berbagai lokasi di seluruh dunia. Dalam kategori ini, teknologi memungkinkan pengguna untuk melakukan pertemuan tatap muka melalui internet.

Menurut Martin Liester dkk. (2009:13–14, dalam Lutia & Mayangsari 2019:5169), media baru menawarkan sejumlah fitur unik, yakni:

a. Interaktif

Memungkinkan interaksi antarpemirsa dan membolehkan mereka terlibat dalam mengubah gambar dan teks yang mereka akses.

b. Jaringan (*Network*)

Berkaitan dengan ketersediaan dan pembagian konten melalui internet.

c. Hiperteks

Teks yang dapat menghubungkan ke teks lain di luar teks yang sedang diakses. Berbeda dengan media lama yang menyajikan teks secara berurutan, pengguna dapat memulai membaca teks dari mana pun yang mereka pilih.

d. Virtual

Berkaitan dengan upaya menciptakan dunia virtual melalui keterlibatan dalam lingkungan yang dibuat dengan grafis komputer dan video digital.

e. Digital

Output digital dihasilkan ketika data diproses, disimpan, dan diorganisasikan sebagai angka dalam media baru.

f. Simulasi

Proses penciptaan lingkungan buatan dengan menggunakan model tertentu disebut simulasi.

2.1.3 Media Sosial

Media sosial kini dianggap sebagai suatu kebutuhan dalam kehidupan setiap individu di berbagai penjuru dunia. Beragam informasi dan fungsi yang disediakan oleh media sosial menjadikannya sebagai elemen utama dalam menghadapi arus globalisasi yang sedang berlangsung saat ini. Media sosial adalah bagian dari media baru. Van Dijk menyatakan dalam Nasrullah (2015) bahwa media sosial adalah media yang membantu penggunaanya terlibat dalam aktivitas atau berkolaborasi dalam proyek yang berpusat pada kehidupan mereka sendiri. Sesuai dengan pandangan Zarella seperti yang dikutip oleh Aditya (2015:51), media sosial didefinisikan sebagai platform di mana orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, baik yang mereka kenal dalam kehidupan nyata maupun dalam lingkungan maya. Dari beberapa definisi tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa media sosial adalah suatu platform media daring yang memungkinkan koneksi antara sejumlah orang untuk berbagi informasi, ide, dan memberikan *respons* terhadap kegiatan yang dilakukan. Karakteristik media sosial menurut (Nasrullah,2015:16-33) diantaranya ialah:

1. Jaringan (*Network*): Media sosial terbentuk melalui struktur sosial dalam jaringan atau internet, menciptakan karakter jaringan sosial antar pengguna.
2. Informasi (*Information*): Informasi telah menjadi barang dagangan dalam media sosial yang dikonsumsi oleh pengguna, baik yang berasal dari sesama pengguna maupun yang dihasilkan oleh mereka sendiri.
3. Arsip (*Archive*): Arsip menunjukkan bahwa informasi dalam media sosial tercatat dan dapat diakses oleh pengguna kapan saja dan melalui berbagai perangkat.
4. Interaksi (*Interactivity*): Interaksi dalam media sosial merujuk pada hubungan yang dibangun oleh pengguna dengan teknologi dan platform tersebut.
5. Simulasi Sosial (*Simulation of Society*): Media sosial menjadi medium yang mencerminkan berlangsungnya masyarakat di dunia virtual, di mana interaksi dengan pengguna lain dapat melibatkan pembentukan identitas diri dan konstruksi pribadi di dunia maya.
6. Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*): Konten di media sosial sepenuhnya dimiliki dan dikontribusikan oleh pengguna atau pemilik akun.
7. Penyebaran (*Sharing*): Ciri khas media sosial adalah kemampuan pengguna untuk menyebarkan konten, menunjukkan tingkat aktivitas khalayak dalam menggunakan platform ini.

Media sosial akan menjadi semakin tertanam dalam kehidupan kita sehari-hari. Menurut (Mayfield, 2008) terdapat indikator dari sebuah media sosial yaitu :

- a. Partisipasi, Keterlibatan dalam media sosial mendorong individu untuk aktif berperan serta dan memberikan tanggapan kepada sesama.
- b. Keterbukaan, semua layanan media sosial menyediakan kesempatan bagi pengguna untuk memberikan umpan balik dan berpartisipasi. Ini memberikan kebebasan kepada individu untuk memilih, memberikan komentar, dan menyebarkan informasi sesuai keinginan mereka.
- c. Percakapan, Komunikasi yang bersifat dua arah, dan dapat dibagikan kepada khalayak, tentu terjadi melalui media sosial tersebut.

- d. Komunitas, Melalui media sosial, terdapat peluang mudah terbentuknya kelompok komunitas dan komunikasi yang efektif. Kesempatan untuk saling berbagi dapat muncul dalam konteks komunitas tersebut.
- e. Saling Terhubung, Sebagian besar media sosial memfasilitasi interaksi dengan memungkinkan saling terhubung, menghubungkan jaringan pada situs-situs, sumber-sumber lain, dan individu yang sebelumnya tidak memiliki keterhubungan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial menjadi alat komunikasi yang sangat diminati oleh pengguna. Hal ini sejalan dengan sifat dan kelebihan yang dimiliki oleh media sosial itu sendiri. Meskipun demikian, penting bagi pengguna untuk meminimalisir dampak negatif atau kekurangan yang mungkin timbul akibat penggunaan media sosial.

2.1.4 Twitter

Twitter.Inc. adalah pemilik dan operator platform Twitter yang populer. Pengguna dapat memposting dan membaca pesan yang dikenal sebagai *Tweet* pada platform ini, yang menawarkan jejaring sosial dalam bentuk mikroblog (Twitter, 2013). Mikroblog adalah sejenis jurnal online di mana penggunanya dapat berbagi pemikiran dan perbuatan serta pandangan mereka tentang hal atau peristiwa tertentu. *Tweet* muncul di halaman profil pengguna, dicetak dengan teks hingga 140 karakter. Pengirim dapat memilih untuk membatasi postingan hanya kepada orang-orang di daftar teman mereka, meskipun *tweet* dapat dibaca oleh semua orang. *Tweet* dari pengguna lain yang mengikuti mereka, atau pengikutnya, juga dapat dilihat oleh pengguna. Terdapat lebih dari 500 juta pengguna terdaftar di Twitter pada Januari 2013, dimana 200 juta di antaranya adalah pengguna aktif. Karena popularitasnya yang sangat besar, Twitter adalah platform yang digunakan untuk berbagai tujuan di beberapa industri, seperti kampanye politik, saluran protes, sumber daya pendidikan, dan saluran komunikasi darurat. Kebiasaan masyarakat dalam menyuarakan pendapat melalui media sosial, terutama Twitter, sebagai respons terhadap kejadian atau situasi di sekitarnya dapat menjadi indikator untuk memahami sentimen masyarakat terhadap lingkungan atau kota tempat tinggal mereka. Sentimen tersebut dapat berupa kritik atau saran, seperti yang disebutkan oleh (Arifiyanti,2014).

Pada 31 Juli 2023, Twitter secara resmi mengubah namanya menjadi "X". Elon Musk, pemilik baru Twitter, memulai perubahan ini dengan mengatakan bahwa tujuan utamanya adalah untuk mengurangi kesan bahwa Twitter hanya berkaitan dengan tweet dan lebih fokus pada potensinya sebagai platform komunikasi yang lebih luas. Ada berbagai komentar tentang perubahan nama Twitter ini. Sebagian orang mendukung perubahan ini karena dianggap dapat membuat Twitter lebih menarik dan kreatif. Namun, beberapa orang menentang perubahan ini karena dianggap dapat menghilangkan citra Twitter sebagai platform mikroblog. Secara fungsi dari X ini masih serupa yakni, menjadi media informasi yang saat ini dapat membantu aktivitas sosial masyarakat untuk menjalankan kegiatan menyebarkan informasi tentang peristiwa terkini. Berita-berita terbaru yang menyangkut orang banyak seperti kecelakaan, politik, bisnis, bahkan hingga olahraga tersebar luas kepada semua pengguna diseluruh penjuru dunia dengan aplikasi X. Tetapi sampai saat ini perubahan nama tersebut tidak terpengaruh oleh penggunaannya dan masih terbiasa dengan panggilan Twitter.

2.1.5 Fans Sepakbola

Fans ialah individu yang menggemari sesuatu seperti kesenian, olahraga, dan sebagainya. (Salwen dan Driscoll,2005) mengartikan *fans* sepakbola sebagai "perseorangan atau kelompok yang mengekspresikan keterlibatan emosional dan perilaku yang signifikan terhadap suatu tim sepakbola tertentu." Mereka menekankan bahwa *fans* sepakbola menunjukkan keterikatan emosional yang kuat terhadap tim yang mereka dukung, dan mereka juga menggambarkan perilaku yang mendukung tim tersebut, seperti mengikuti perkembangannya, membeli produknya, dan bahkan menghadiri pertandingannya. Penggemar termasuk dalam kategori *hot/consumer*, di mana mereka menunjukkan loyalitas yang tinggi dan memiliki cinta yang intim terhadap tim atau pemain tertentu. Namun, mereka tidak memiliki identitas budaya dan lokal yang sama dengan suporter yang secara aktif hadir langsung di stadion untuk menyaksikan pertandingan dan memberikan dukungan langsung kepada tim favorit mereka.

Fans lebih cenderung memberikan dukungan dari jarak jauh dan umumnya menggunakan media untuk mendukung serta menyaksikan pertandingan tim favorit mereka. Sementara itu, suporter, menurut Giulianotti (2002:9), adalah individu yang selalu hadir secara langsung di stadion ketika timnya berlaga. Fans adalah

seseorang yang mendukung atau memuja sesuatu yang digemarinya. Sesekali, penggemar bisa merasakan perasaan cinta yang berlebihan. Situasi ini mendorong penggemar untuk melakukan segala cara agar dapat mendekati dan meniru idola mereka. Jenis penggemar semacam ini sering disebut sebagai penggemar fanatik. Peneliti memilih fans klub sepakbola yang menyukai Manchester United karena klub sepakbola Manchester United bisa dianggap sebagai salah satu yang terbesar di dunia.

2.1.6 Fanatisme

Dalam Kamus Sosiologi, fanatisme dijelaskan sebagai antusiasme yang berlebihan dan tidak wajar, atau pengabdian dan keyakinan yang menghasilkan sikap sangat emosional. Faktanya, kefanatikan ini dapat mencakup misi tanpa batasan praktis (Ahmadi, 1990: 108). Kata-kata "fanatik" dan "fanatisme" sering dikaitkan dengan masalah olahraga dan agama. Menurut (Anam & Supriyadi, 2018), fanatisme adalah tindakan individu yang menempatkan prioritas pada pencapaian tujuan tanpa mempertimbangkan atau khawatir terhadap kemungkinan dampak negatif yang mungkin timbul. Fanatisme digambarkan sebagai bentuk antusiasme dan pengabdian yang berlebihan atau ekstrem. Studi tentang fanatisme terus menarik perhatian dari berbagai kalangan hingga saat ini, dengan penelitian yang melibatkan berbagai aspek dan disiplin ilmu, termasuk agama, politik, dan ilmu sosial. Terdapat kecenderungan untuk meneliti fanatisme dengan sudut pandang yang bersifat negatif. Konsep yang menggambarkan fanatisme sebagai segala jenis perilaku ekstrim dan tingkat antusiasme yang tinggi terhadap suatu produk atau hal tertentu menyebabkan pandangan negatif terhadap fanatisme muncul (Smith, Fisher, & Cole, 2007). Dengan merujuk pada kedua definisi di atas, dapat dijelaskan bahwa fanatisme adalah keyakinan atau kepercayaan yang sangat kuat terhadap suatu ajaran, termasuk dalam konteks politik, agama, dan sebagainya, dan dalam hal ini, fanatisme juga dapat terjadi terhadap klub sepakbola.

Fanatisme juga bisa timbul dari keinginan untuk menjadi anggota dalam komunitas yang terbentuk oleh tim yang meraih kemenangan. Salah satu contoh perilaku seorang fanatik dapat dilihat melalui kesetiaan dan dedikasinya yang kuat terhadap sesuatu yang disenanginya. Penggemar ini selalu berusaha mendukung dengan rela melakukan apa pun untuk memenuhi keinginannya terhadap objek yang

menjadi favoritnya. Ada beberapa karakteristik yang menentukan perilaku fanatik, menurut Andar Ismail, yang dikutip oleh (Fathansah, 2013; 51):

- a. Keberadaan antusiasme yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan dipengaruhi oleh emosi yang tidak terkendali. Kekurangan pertimbangan rasional ini dapat mendorong individu yang fanatik untuk melakukan tindakan yang tidak proporsional dan bahkan perilaku yang tidak masuk akal.
- b. Pendidikan yang memiliki cakupan pengetahuan yang luas dapat menghasilkan semangat solidaritas, sebaliknya, pengajaran yang sempit dan membatasi dapat menumbuhkan fanatisme.

Fanatisme dalam sepakbola tidak hanya ditoleransi, tetapi juga mendapatkan dukungan yang antusias dari sebagian besar segmen masyarakat. Achmad Mubarak (2002: 147) menyatakan bahwa istilah "fanatik" merujuk pada suatu keyakinan atau pandangan terhadap sesuatu yang bersifat positif dan negatif. Pandangan tersebut tidak didasarkan pada dasar teori atau fakta konkret, tetapi dipegang dengan sangat kuat sehingga sulit untuk diberikan klarifikasi atau diubah, baik dalam konteks positif maupun negatif. Fanatisme biasanya dianggap sebagai sesuatu yang bersifat negatif, tetapi Hoffer melihatnya sebagai sesuatu yang netral. Seperti yang dikatakan Thorne (dalam Kurniasari, 2013; 46), ini menunjukkan bahwa fanatisme cenderung memiliki konotasi negatif. Emily Chung, Michael B. Beverland, Francis Farrelly, dan Pascale Quester mengungkapkan pendapat serupa dalam jurnal mereka, merujuk pada Bird, Hunt, Bristol, dan Bashaw (1999: 333). Sebagian besar penelitian melihat fanatisme sebagai sesuatu yang normal, umum, dan bahkan dihormati.

Menurut (Goddard, 2001: 7), beberapa aspek fanatisme terhadap suatu tim sepakbola meliputi:

1. Derajat kasih sayang dan minat terhadap suatu kegiatan tertentu. Antusiasme terhadap aktivitas tertentu dipandang sebagai sesuatu yang khas, karena hal tersebut memotivasi seseorang untuk melakukan upaya lebih lanjut demi tim sepak bola pilihannya.

2. Sikap individu atau kelompok terhadap kegiatan tersebut. Sikap pribadi menjadi landasan dan dorongan awal untuk melakukan tindakan mendukung, khususnya terkait dengan tim sepakbola favorit.
3. Durasi waktu yang dihabiskan individu dalam menekuni suatu kegiatan khusus. Artinya, suatu kegiatan akan memiliki makna yang lebih mendalam jika dilakukan dengan tingkat kecintaan yang tinggi, diiringi perasaan senang dan bangga terhadap kegiatan tersebut.
4. Dukungan dari keluarga dapat memengaruhi sejauh mana seseorang terlibat dalam kegiatan tertentu. Selain faktor-faktor di atas, dukungan dari keluarga juga memainkan peran penting dalam perkembangan fanatisme.

Selain itu, Eliani (2018) mengembangkan beberapa aspek fanatisme, yang dapat dikaitkan dengan fans sepak bola:

1. Rasa Antusiasme yang Ekstrim, Fans sepak bola seringkali menunjukkan rasa antusiasme yang ekstrim, terutama saat mendukung tim favorit mereka. Mereka dapat terlibat secara intens selama pertandingan, mengekspresikan kegembiraan atau kekecewaan dengan cara yang kuat.
2. Keterikatan Emosi dan Rasa Cinta, Keterkaitan dengan Fans Sepak Bola: Fans sepak bola memiliki keterikatan emosional dan rasa cinta yang kuat terhadap klub atau tim sepak bola yang mereka dukung. Hubungan emosional ini seringkali melebihi batas hubungan konvensional antara penggemar dan objek fanatisme mereka.
3. Berlangsung dalam Waktu yang Lama, Keterkaitan dengan Fans Sepak Bola: Fanatisme sepak bola sering kali berlangsung dalam jangka waktu yang lama. Beberapa fans telah setia mendukung tim mereka sepanjang hidup, mewariskan tradisi dan dukungan tersebut kepada generasi berikutnya.
4. Menganggap Hal yang Mereka Yakini adalah Benar, Keterkaitan dengan Fans Sepak Bola: Fans sepak bola cenderung memiliki keyakinan yang kuat terhadap tim atau klub yang mereka dukung. Mereka mungkin melihat tim mereka sebagai yang terbaik, dan keyakinan ini mungkin bersifat tak tergoyahkan, bahkan dalam menghadapi hasil yang kurang menguntungkan.

5. Membela dan Mempertahankan Kebenaran yang Mereka Yakini, Keterkaitan dengan Fans Sepak Bola: Fans sepak bola sering kali bersikap membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini terkait dengan tim atau pemain idola mereka. Mereka dapat aktif berpartisipasi dalam debat online, mendukung tim mereka bahkan dalam situasi kontroversial, dan menjunjung tinggi pandangan dan keyakinan yang mereka miliki terhadap klub sepak bola kesayangan mereka

Dari definisi-definisi yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa fanatisme merupakan bentuk khusus dari kesetiaan dan keyakinan. Ini ditandai oleh tingkat komitmen yang tinggi, antusiasme yang berlebihan, dan ikatan emosional yang kuat terhadap suatu doktrin, entah itu dalam konteks politik, agama, atau hal lainnya. Dalam hal ini, fanatisme juga mencakup keterikatan emosional yang berlebihan terhadap sebuah tim sepakbola. Ketika seseorang menjadi penggemar atau fans yang fanatik terhadap idola mereka, dalam hal ini tim sepak bola favorit mereka, mereka menunjukkan tingkat loyalitas yang sangat tinggi. Mengumpulkan berbagai barang yang terkait dengan tim sepak bola favorit mereka adalah salah satu cara mereka menunjukkan loyalitas mereka. Mereka juga menunjukkan kesetiaan mereka dengan memakai jersey, syal, dan aksesoris tim lainnya. Untuk mendukung tim mereka, para fans ini aktif mengikuti kegiatan komunitas seperti nobar atau nonton bersama.

2.1.7 Agresi Verbal

Kebebasan untuk menyampaikan pendapat dan berekspresi di platform media sosial seperti Twitter/X semakin meningkat, sehingga memberikan peluang yang besar bagi individu yang terlibat dalam tindakan agresivitas verbal untuk mengekspresikan perilaku negatif di lingkungan media sosial. tersebut Menurut (Baron dan Byrne, 2005), agresi adalah perilaku atau tindakan yang ditunjukkan sebagai tanggapan terhadap provokasi fisik atau lisan dari orang lain. Agresi verbal tidak menyebabkan luka fisik, tetapi korban dapat merasakan efeknya secara psikologis dan berubah perilaku. Agresi verbal mencakup aspek motirik yang melibatkan menyakiti dan merugikan orang lain melalui ungkapan verbal. Contohnya termasuk berdebat untuk menunjukkan ketidaksetujuan atau tidak suka, menyebarkan gosip, dan kadang-kadang menunjukkan sikap sarkasme (Buss & Perry, 1992). Sedangkan menurut (Berkowitz, 2003), agresi verbal didefinisikan

sebagai tindakan agresif yang bertujuan untuk menyakiti orang lain. Sikap agresi verbal dapat bervariasi, seperti fitnah, dan ancaman yang disampaikan melalui kata-kata.

Buss & Perry (1992) menyatakan bahwa terdapat empat jenis pola agresi yang umum dilakukan oleh individu:

1. Agresi Fisik: Tindakan agresif yang memiliki niat untuk menyakiti secara fisik, seperti melakukan pukulan, tendangan, dan tindakan serupa.
2. Agresi Verbal: Tindakan agresif yang dilakukan melalui kata-kata terhadap pihak lain, seperti mengeluarkan umpatan, menyebarkan cerita negatif tentang korban kepada orang lain, menggunakan kata-kata kasar, mengejek, memberikan teguran dengan keras, dan terlibat dalam perdebatan.
3. Agresi Benci: Tindakan agresif yang dilakukan semata-mata sebagai ekspresi dari keinginan untuk menyakiti, melukai, atau melakukan agresi tanpa tujuan selain menciptakan efek kerusakan, penderitaan, atau bahkan kematian pada sasaran atau korban.
4. Agresi Instrumental: Tindakan agresif yang dilakukan oleh organisme atau individu sebagai alat atau cara untuk mencapai tujuan tertentu.

Lalu Buss (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2009) mengategorikan agresivitas verbal menjadi beberapa aspek, yakni:

- a. Agresivitas Verbal Aktif Langsung: Ini mengacu pada perilaku kasar secara verbal, seperti menghina, mengumpat, menjadi marah, dan menggunakan bahasa kasar, yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok ketika mereka secara langsung mendekati individu atau kelompok lain.
- b. Agresivitas Verbal Pasif Langsung: Ketika seseorang atau suatu kelompok berinteraksi dengan orang atau kelompok lain, apakah mereka terlibat dalam perilaku yang bermusuhan secara verbal tanpa melakukan kontak mata langsung, misalnya menutup diri atau tetap diam.
- c. Agresivitas Verbal Aktif Tidak Langsung: Ini mengacu pada tindakan agresif secara verbal yang dilakukan oleh orang atau organisasi yang

tidak secara langsung melibatkan orang atau kelompok lain yang menjadi sasarannya, seperti memfitnah atau memecah belah orang lain.

- d. Agresi Verbal Pasif Tidak Langsung: Ini mengacu pada tindakan permusuhan secara verbal yang dilakukan oleh orang atau organisasi tanpa melakukan kontak verbal langsung atau berinteraksi dengan orang atau kelompok lain yang menjadi sasaran, seperti tidak menunjukkan dukungan atau menggunakan hak untuk memilih.

Berdasarkan penjelasan yang disajikan di atas, penulis tertarik dengan pendapat Buss & Perry. Sebagai kesimpulan, penulis mengartikan perilaku agresif sesuai dengan definisi yang dikemukakan oleh (Buss & Perry, 1992) sebagai suatu kecenderungan perilaku yang sengaja dilakukan untuk menyakiti orang lain, baik secara fisik maupun verbal, dengan melibatkan amarah dan sikap permusuhan. Dengan demikian, indikator dari agresi verbal dapat diidentifikasi sebagai berikut: (1) terlibat dalam berdebat atau memperlihatkan ketidaksukaan dan ketidaksetujuan, (2) menyebarkan gosip, dan (3) bersikap sarkastis.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut daftar penelitian terdahulu yang sudah di review, pada tabel 2.1:

Tabel 2.1
Penulisan Terdahulu Kategori Jurnal Nasional

Jurnal Nasional 1	
Judul	Pengaruh Media Sosial Twitter @Womanfeeds_Id Terhadap Perilaku Konsumtif Followers
Lokasi/Tahun	Pekanbaru/2020
Penulis	Sherly Novitasari
Sumber	https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/viewFile/29017/27960
Variabel	Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response) dan Teori Media Sosial.
Metode	Penelitian Kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana dan uji koefisien determinasi
Hasil	didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dengan persamaan regresi $Y = 9,091 + 0,540X$. Selain itu nilai thitung $12,374 > t_{tabel} 1,96$. Dengan demikian H_a dalam penelitian ini diterima

	dan H0 ditolak. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh media sosial twitter @womanfeeds_id terhadap perilaku konsumtif followers-nya.
Perbedaan	Penulisan ini memiliki fokus terhadap minat baca pada pengikut akun @detikcom, sedangkan penulis memiliki fokus tindakan agresi verbal akun @idextratime terhadap fanatisme <i>fans</i> klub sepakbola Manchester United.
Persamaan	Penulisan ini memiliki variable yang sama yaitu Media Sosial.

Jurnal Nasional 2	
Judul	Agresi verbal di media sosial pada remaja penggemar K-Pop: Bagaimana peranan fanatisme?
Lokasi/Tahun	Surabaya/2022
Penulis	Syara Farkhana Febriany, Dyan Evita Santi, dan Aliffia Ananta
Sumber	https://aksiologi.org/index.php/inner
Variabel	Agresi Verbal dan Fanatisme
Metode	Penelitian kuantitatif
Hasil	Ketika teknik korelasi product moment diterapkan untuk menganalisis data, ditemukan bahwa koefisien korelasi sebesar -0,372 dan tingkat signifikansi p adalah 0,000. Hasil ini menunjukkan hubungan negatif yang signifikan antara tingkat fanatisme dan tingkat agresi verbal pada remaja. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat fanatisme, semakin rendah tingkat agresi verbal, dan sebaliknya, semakin rendah tingkat fanatisme, semakin tinggi tingkat agresi verbal.
Perbedaan	Penulisan ini memiliki fokus terhadap agresi verbal pada remaja yang berkaitan dengan fanatisme penggemar k-pop, sedangkan penulis memiliki fokus tindakan agresi verbal akun @idextratime terhadap fanatisme <i>fans</i> klub sepakbola Manchester United.
Persamaan	Penulisan ini memiliki variable yang sama yaitu Agresi Verbal.

Jurnal Nasional 3	
Judul	Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop
Lokasi/Tahun	Malang/2018
Penulis	Jenni Eliani, M. Salis Yuniardi, dan Alifah Nabilah Masturah
Sumber	http://dx.doi.org/10.21580/pjpp.v3i1.2442
Variabel	Fanatisme & Agresi Verbal.
Metode	Kuantitatif.
Hasil	Studi ini menemukan hubungan positif antara tingkat fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar idola K-pop ($r = 0,626$ dan $p = 0,000$). Dengan kata lain, penggemar idola K-pop dengan tingkat fanatisme yang tinggi lebih mungkin menunjukkan perilaku agresif verbal yang lebih rendah.
Perbedaan	Penulisan ini memiliki fokus terhadap agresi verbal di media sosial yang berkaitan dengan fanatisme penggemar k-pop, sedangkan penulis memiliki fokus tindakan agresi verbal akun @idextratime terhadap fanatisme <i>fans</i> klub sepakbola Manchester United.
Persamaan	Penulisan ini memiliki yaitu, penelitian agresi verbal di media terhadap fanatisme penggemar.

Jurnal Nasional 4	
Judul	Pengaruh Fanatisme terhadap Tingkat Agresi Verbal Penggemar K-pop dalam Media Sosial
Lokasi/Tahun	Surabaya/2020
Penulis	Hana Tirtawijaya & Ilham Nur Alfian
Sumber	http://e-journal.unair.ac.id/BRPKM e-ISSN: 2776-1851
Variabel	Perilaku agresi & Fanatisme
Metode	Kuantitatif

Hasil	Hasil penelitian dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana menunjukkan adanya dampak negatif yang signifikan dari fanatisme terhadap agresi verbal.
Perbedaan	Penulisan ini memiliki fokus pengaruh Fanatisme terhadap tingkat agresi verbal penggemar k-pop di media sosial, sedangkan penulis memiliki fokus tindakan agresi verbal akun @idextratime terhadap fanatisme <i>fans</i> klub sepakbola Manchester United.
Persamaan	Penulisan ini memiliki variable yang sama yaitu Fanatisme, dan terdapat juga keterkaitannya dengan perilaku agresi.

Jurnal Nasional 5	
Judul	Hubungan Fanatisme Suporter Sepakbola Terhadap Agresi Gubernur Cup di Provinsi Jambi
Lokasi/Tahun	Jambi/2021
Penulis	Ariawan Handoko1 & Muhammad Ali
Sumber	https://online-journal.unja.ac.id/pion/index
Variabel	Fanatisme (X) & Agresi (Y).
Metode	Kuantitatif
Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua dataset memiliki distribusi data normal. Nilai Lo (0,0755) untuk data fanatisme suporter sepakbola lebih rendah daripada nilai Ltabel (0,1617), dan nilai agresi gubernur Cup (0,0654) juga lebih rendah daripada nilai Ltabel (0,1617). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ada korelasi antara fanatisme suporter sepakbola dan kekerasan dalam Piala Gubernur. Dengan kata lain, fanatisme suporter sepakbola dapat dikaitkan dengan tingkat kekerasan dalam Piala Gubernur.
Perbedaan	Penulisan ini memiliki fokus Hubungan Fanatisme Suporter Sepakbola Terhadap Agresi Gubernur Cup di Provinsi Jambi, sedangkan penulis memiliki fokus tindakan agresi verbal akun @idextratime terhadap fanatisme <i>fans</i> klub sepakbola Manchester United.

Persamaan	Penulisan ini memiliki tema yang sama yaitu fanatisme penggemar sepak bola terhadap tindakan agresi.
------------------	--

Tabel 2.2
Penulisan Terdahulu Kategori Jurnal Internasional

Jurnal Internasional 1	
Judul	<i>Twitter Use and its Effects on Student Perception of Instructor Credibility</i>
Lokasi/Tahun	2015
Penulis	Valerie J. Young & Sarah H. VanSlette
Sumber	https://doi.org/10.1080/03634523.2015.1014386
Variabel	Sikap positif siswa terhadap instruktur yang menggunakan Twitter dan <i>frekuensi tweet</i>
Metode	Kuantitatif & Kualitatif
Hasil	Hasil kuantitatif menunjukkan bahwa profil dengan konten profesional dianggap paling kredibel. Penilaian kredibilitas juga terkait dengan variabel penggunaan Twitter lainnya, termasuk sikap positif mahasiswa terhadap instruktur yang menggunakan Twitter dan frekuensi cuitan. Tanggapan kualitatif yang dikodekan menunjukkan bahwa Twitter dapat menjadi aset dan hambatan bagi instruktur.
Perbedaan	Penulisan ini memiliki fokus Pengaruh aplikasi Twitter terhadap siswa, sedangkan penulis memiliki fokus tindakan agresi verbal akun Twitter @idextratime terhadap fanatisme <i>fans</i> klub sepakbola Manchester United.
Persamaan	Memiliki fokus yang sama di media sosial Twitter

Jurnal Internasional 2	
Judul	<i>Verbal Aggression On Social Media: How, Why And Its Automatic Identification</i>
Lokasi/Tahun	2020
Penulis	Ritesh Kumar

Sumber	https://doi.org/10.31235/osf.io/qcmez
Variabel	Agresi Verbal , media sosial, dan komunikasi.
Metode	Kuantitatif
Hasil	Penelitian ini membahas agresi verbal dan fenomena terkait di media sosial, seperti ujaran kebencian dan bahasa kasar. Dengan menganalisis lebih dari 20,000 komentar Facebook dan tweet dalam bahasa Hindi, Inggris, atau campuran keduanya, penelitian ini mengembangkan dua klasifikasi untuk mendeteksi agresi dalam percakapan di Facebook dan Twitter. Meskipun tingkat persetujuan antar-anotator tergolong sedang, dengan nilai 0.72, dan skor F1 keseluruhan sebesar 0.64 untuk kedua platform sosial, penelitian ini juga melibatkan dua studi pengguna untuk menguji penerimaan hasil klasifikasi oleh manusia. Temuan dari penelitian ini memberikan gambaran komprehensif tentang kinerja sistem dalam mengenali agresi verbal di lingkungan media sosial..
Perbedaan	Terdapat perbedaan yaitu penulisan ini memiliki fokus agresi verbal di media sosial saja , sedangkan penulis memiliki fokus tindakan agresi verbal akun Twitter/X @idextratime terhadap fanatisme <i>fans</i> klub sepakbola Manchester United
Persamaan	Memiliki fokus yang sama yaitu agresi verbal di media sosial

Jurnal Internasional 3	
Judul	<i>Determining the Level of Fanaticism and Football Fanship to University Athletes</i>
Lokasi/Tahun	2017
Penulis	Oguzhan Altungul & M. Fatih Karahüseyinoğlu
Sumber	https://doi.org/10.11114/jets.v5i11.2742
Variabel	Jenis olahraga (tim atau individu), situasi olahraga (aktif atau tidak aktif), status penggemar (fanatik, pendukung tim, pecinta sepakbola), dan kelompok usia (20 tahun ke bawah, 21-25, 26-30).
Metode	Kuantitatif

Hasil	Penelitian ini menemukan bahwa mayoritas atlet universitas mengkategorikan diri mereka sebagai "pecinta sepakbola" dan skor rata-rata menunjukkan tingkat minat yang tinggi dalam sepakbola. Tidak ada perbedaan signifikan dalam tingkat dukungan antara atlet universitas yang berpartisipasi dalam olahraga tim dan olahraga individu. Namun, usia memiliki dampak signifikan pada tingkat dukungan, dengan atlet muda menunjukkan tingkat dukungan yang lebih tinggi.
Perbedaan	Penelitian ini memiliki fokus terhadap mahasiswa di University athletes, sedangkan penulis memiliki fokus di media sosial.
Persamaan	Memiliki fokus yang sama yaitu metode penelitian kuantitatif dan fokus fanatisme.

Jurnal Internasional 4	
Judul	<i>Football fandom: football fan identity and identification at Luton Town Football Club</i>
Lokasi/Tahun	1998
Penulis	Ian Jones
Sumber	https://uobrep.openrepository.com/handle/10547/275672
Variabel	Fan Identity
Metode	Kuantitatif & Kualitatif
Hasil	Temuan dalam jurnal menunjukkan bahwa pengidentifikasian diri berdampak positif pada aspek sosial dan psikologis bagi para penggemar, dengan tingkat identifikasi terhadap klub cenderung tinggi.
Perbedaan	Keleluasaan lingkup penelitian difokuskan pada para penggemar sepakbola Liga Inggris.
Persamaan	Membahas <i>fans</i> sepakbola dalam mendukung sebuah tim.

Jurnal Internasional 5

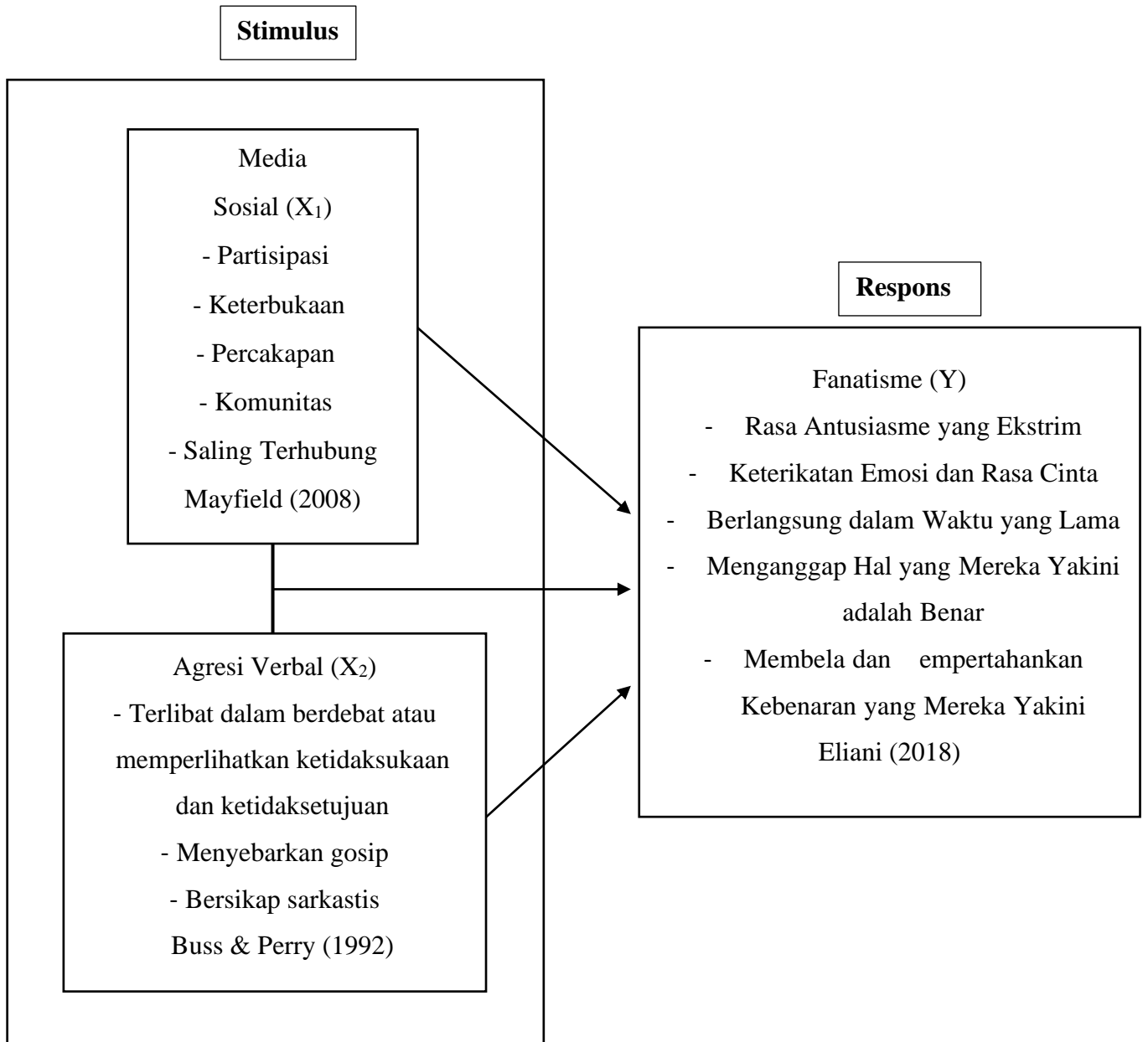
Judul	<i>The Effect Of Increasing Awareness About The Use Of Social Media On Sport Fanaticism For Saudi Soccer Fans</i>
Lokasi/Tahun	2016
Penulis	Abdullah Alshehri
Sumber	https://jewlscholar.mtsu.edu/bitstream/handle/mtsu/4967/Alshehri_mtsu_0170E_10598.pdf?sequence=1
Variabel	Fanatisme, Usia, Tingkat Pendidikan, atau Status Pernikahan.
Metode	Kuantitatif
Hasil	Media sosial dapat memiliki dampak negatif jika digunakan untuk meningkatkan fanatisme olahraga; namun sekaligus dapat memiliki dampak positif jika digunakan untuk meningkatkan kesadaran dalam penggunaan media sosial dengan benar. Selain itu, efek positif dari ceramah kesadaran tentang penggunaan media sosial terhadap fanatisme olahraga dapat mengurangi tingkat fanatisme olahraga.
Perbedaan	<i>Fans</i> sepakbola pada liga Saudi
Persamaan	Memiliki fokus yang sama yaitu pengaruh media sosial terhadap fanatisme <i>fans</i> sepakbola.

2.3 Kerangka Pemikiran

Media sosial, sebagai bagian dari media baru saat ini, mempermudah individu untuk mengakses informasi dalam berbagai bidang kehidupan. Informasi mengenai sepakbola sudah sangat ramai di media sosial, antusias penggemar sepakbola seringkali terpublikasi di media massa, Olahraga dan media massa telah menjadi dua elemen yang tidak terpisahkan dalam kehidupan kontemporer. Menurut (Hariyani, 2016), tingkat paparan audiens dapat memengaruhi keberhasilan penyampaian pesan. Konsep ini diperkuat oleh fitur-fitur media sosial yang memungkinkan pengguna untuk menyebarkan konten yang dianggap menarik. Oleh karena itu, jika pemanfaatan media sosial tidak etis atau bahkan melakukan tindakan agresi verbal, dampak negatifnya dapat dirasakan oleh banyak orang dan mempengaruhi sikap individu. Pada penelitian ini, Fanatisme merupakan variabel dependen yang dikaji. Dengan adanya berita mengenai klub sepakbola Manchester United serta tindakan

agresi verbal dari akun @idextratime, apakah *fans* klub Manchester united memberikan respon dalam bentuk munculnya fanatisme?. Untuk mendeskripsikan pengaruh tindakan agresi verbal di media sosial X (Twitter) akun @idextratime terhadap fanatisme *Fans* Manchester United atas hinaan klub kebanggan nya, maka digambarkan pada kerangka pemikiran berikut ini:

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan yang menjelaskan keterkaitan antara variabel-variabel yang terkait dengan situasi khusus. Ini merupakan anggapan sementara yang memerlukan pengujian kebenarannya melalui penelitian. Sugiyono (2013) berpendapat bahwa:

“Hipotesis adalah solusi jangka pendek, sering kali diberikan sebagai frase pertanyaan, untuk perumusan topik penelitian. Hal ini dianggap sementara karena tanggapan yang diberikan hanya didasarkan pada teori yang bersangkutan dan bukan pada fakta empiris yang dikumpulkan melalui pengumpulan data.”

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijelaskan, hipotesis penelitian dapat dirangkum sebagai berikut:

Hipotesis 1 (Pengaruh Media Sosial terhadap Fanatisme):

- Hipotesis Nol (H_0): Tidak ada pengaruh yang signifikan antara media sosial (X_1) terhadap fanatisme (Y).
- Hipotesis Alternatif (H_1): Terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial (X_1) terhadap fanatisme (Y).

Hipotesis 2 (Pengaruh Agresi Verbal terhadap Fanatisme):

- Hipotesis Nol (H_0): Tidak ada pengaruh yang signifikan antara agresi verbal (X_2) terhadap fanatisme (Y).
- Hipotesis Alternatif (H_1): Terdapat pengaruh yang signifikan antara agresi verbal (X_2) terhadap fanatisme (Y).

Hipotesis 3 (Pengaruh Media Sosial dan Agresi Verbal secara simultan terhadap Fanatisme):

- Hipotesis Nol (H_0): Tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara media sosial (X_1) dan agresi verbal (X_2) terhadap fanatisme (Y).

- Hipotesis Alternatif (H1): Terdapat pengaruh secara simultan antara media sosial (X1) dan agresi verbal (X2) terhadap fanatisme (Y).

2.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan melibatkan 3 variabel, yaitu:

- a. Variabel bebas, yang mencakup media sosial (X₁), dan agresi verbal (X₂)
- b. Variabel tergantung, yang mencakup Fanatisme (Y)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berbasis positivis. Karena metode-metode tersebut mengikuti kaidah-kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis, maka disebut sebagai pendekatan ilmiah atau saintifik (Sugiyono, 2019). Pentingnya korelasi antar variabel yang diteliti atau perbedaan antar kelompok dapat ditentukan dengan menerapkan pendekatan kuantitatif. Secara umum, penelitian kuantitatif seringkali melibatkan sampel yang besar.

Penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan pendekatan eksplanatif. Pendekatan eksplanatif adalah suatu metode yang digunakan oleh peneliti tidak hanya untuk mengumpulkan data dari responden, tetapi juga untuk menguji hipotesis. Menurut (Sugiyono, 2019) menjelaskan bahwa penelitian eksplanatif merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan posisi variabel-variabel yang sedang diteliti dan juga pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya. Sifat penelitian ini dapat dikategorikan dalam penelitian penjelasan atau *explanatory research*, yang mana tujuan menjelaskan hubungan dan pengaruh melalui pengujian hipotesis. Alasan utama peneliti menggunakan metode penelitian *explanatory research* adalah untuk menguji hipotesis yang diajukan. Dengan demikian, diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan penjelasan yang lebih mendalam mengenai hubungan dan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen yang ada dalam konteks penelitian.

Dalam penelitian ini, tujuannya adalah untuk mengidentifikasi apakah terdapat korelasi antara dua variabel atau lebih, dan sejauh mana pengaruh tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini mencakup tiga variabel yang akan diteliti, yaitu variabel independen yang terdiri dari penggunaan media sosial (X_1) dan perilaku agresi verbal (X_2), sementara fanatisme (Y) menjadi variabel dependen.

3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2018: 38), variabel operasional merujuk pada proses pengorganisasian variabel-variabel yang termasuk dalam suatu masalah penelitian menjadi komponen-komponen terkecil untuk memudahkan pengelompokan masalah. Sementara itu, variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang memiliki bentuk apa pun yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis sehingga diperoleh informasi yang relevan dan kesimpulan yang sesuai. Sebagai bagian dari penelitian ini, variabel-variabel berikut akan diperiksa:

1. Variabel Independen (X)

Variabel bebas atau independent menurut Sugiyono (2013: 39) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan sehingga muncul variabel dependent (akibat). Variabel X pada penelitian ini Media Sosial (X1), Agresi Verbal (X2).

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat atau yang sering disebut sebagai variabel dependent ini merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independent atau merupakan akibat dari variabel independent (Sugiyono, 2013: 39). Variabel dependen yang dimaksud pada penelitian ini adalah Fanatisme (Y)

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Sub-Variabel	Indikator	No. Item pertanyaan	Skala
Media sosial (X1) Antony Mayfield (2008)	Partisipasi	Saya selalu menggunakan Aplikasi Twitter/X	1	Ordinal
		Saya sebagai pengguna Twitter/X aktif berpartisipasi dalam berbagai aktivitas online,	2	Ordinal

		seperti retweet, like, dan komentar, yang menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi di platform ini.		
	Keterbukaan	Media sosial X dapat digunakan untuk berbagi hal dan sifatnya terbuka	3	Ordinal
		Saya bersikap terbuka terhadap ide atau pandangan yang berbeda di lingkungan online	4	Ordinal
	Percakapan	Tingkat percakapan di Twitter/X tercermin dari seberapa sering pengguna terlibat dalam diskusi atau dialog interaktif melalui tweet, balasan, dan retweet.	5	Ordinal
	Komunitas	Saya rasa komunitas online di Twitter memiliki rasa identitas yang kuat	6	Ordinal
		X menjadi ruang bagi berbagai komunitas untuk berbagi minat, ide, dan dukungan melalui tweet, retweet, dan berbagai bentuk interaksi lainnya.	7	Ordinal
	Saling terhubung	Saling terhubung di Twitter/X menciptakan atmosfer kolaboratif	8	Ordinal

		yang memungkinkan pengguna untuk merasakan kehadiran dan dukungan dari komunitasnya.		
		Saya merasa terhubung secara personal dengan penggemar lainnya di akun @idextratime, namun agresi verbal dapat mengganggu dan merusak hubungan tersebut	9	Ordinal
Agresi Verbal (X₂) (Buss & Perry, 1992)	Terlibat dalam berdebat atau memperlihatkan ketidaksukaan dan ketidaksetujuan	Saya merasa terdorong untuk terlibat dalam berdebat atau menunjukkan ketidaksukaan dan ketidaksetujuan terhadap pendapat atau pandangan yang berbeda di akun X @idextratime.	10	Ordinal
		Saya cenderung berpartisipasi dalam interaksi yang melibatkan konfrontasi atau ekspresi ketidaksetujuan terhadap konten yang diunggah oleh akun X @idextratime terkait dengan Manchester United.	11	Ordinal

	menyebarkan gosip	Saya menyadari adanya tindakan menyebarkan gosip atau informasi tanpa verifikasi di akun X @idextratime terkait dengan Manchester United.	12	Ordinal	
		Saya cenderung merespons atau berpartisipasi dalam menyebarkan gosip setelah melihat tindakan serupa yang dilakukan oleh pengguna lain di akun X @idextratime.	13	Ordinal	
	bersikap sarkastis	Saya melihat atau mengalami sikap sarkastis dalam berbagai konten yang diunggah oleh akun X @idextratime.	14	Ordinal	
		Saya cenderung bersikap sarkastis terutama dalam merespons atau memberikan tanggapan terhadap konten yang diunggah oleh akun X @idextratime, terutama setelah melihat adanya agresi verbal.	15	Ordinal	
	Fanatisme (Y)	Rasa Antusiasme yang Ekstrim	Tindakan agresi verbal di akun X @idextratime secara signifikan	16	Ordinal

Eliani (2018)		meningkatkan rasa antusiasme yang ekstrim dari Fans Manchester United.		
		Tingkat rasa antusiasme yang ekstrim dari Fans Manchester United cenderung meningkat seiring dengan paparan terhadap tindakan agresi verbal di akun X @idextratime.	17	Ordinal
	Keterikatan Emosi dan Rasa Cinta	Tindakan agresi verbal di akun X @idextratime berkontribusi pada peningkatan keterikatan emosi dan rasa cinta Fans Manchester United terhadap klub.	18	Ordinal
		Fans Manchester United cenderung membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini sebagai respons terhadap tindakan agresi verbal di akun X @idextratime, menunjukkan keterikatan emosi dan rasa cinta yang kuat.	19	Ordinal
	Berlangsung dalam Waktu yang Lama	Fans Manchester United menunjukkan tingkat fanatisme yang lebih	20	Ordinal

		tinggi, yang bersifat berkelanjutan, setelah terpapar dengan tindakan agresi verbal di akun X @idextratime.		
	Menganggap Hal yang Mereka Yakini adalah Benar	Fans Manchester United menganggap pandangan dan keyakinan mereka sebagai benar, dan hal ini lebih diperkuat setelah terpapar dengan tindakan agresi verbal di akun X @idextratime.	21	Ordinal
		Fans Manchester United, setelah terpapar dengan agresi verbal di akun X @idextratime, cenderung lebih meyakini dan membenarkan pandangan atau keyakinan mereka terkait klub.	22	Ordinal
	Membela dan Mempertahankan Kebenaran yang Mereka Yakini	Tindakan agresi verbal di media sosial memberikan kontribusi pada sikap fans untuk lebih proaktif membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini terkait klub.	23	Ordinal
		Fans Manchester United, setelah terpapar dengan tindakan agresi verbal di akun X @idextratime,	24	Ordinal

		cenderung lebih aktif dalam membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini.		
--	--	--	--	--

Dalam penelitian ini, metode pengukuran yang diterapkan adalah skala ordinal. Sekaran (2006:12) mendefinisikan skala ordinal sebagai jenis skala yang mengelompokkan variabel guna menampilkan perbedaan di antara berbagai kategori dan mengurutkannya dalam beberapa cara. Jenis pengukuran indeks ini digunakan secara sistematis untuk merepresentasikan sikap seorang responden terhadap pernyataan tertentu. Metode ini mengasumsikan bahwa setiap kategori jawaban memiliki tingkat intensitas yang setara.

Skala *Likert* digunakan sebagai alat pengukuran, di mana skala *Likert* adalah suatu metode yang digunakan dalam penelitian untuk menilai pendapat, sikap, atau bahkan persepsi suatu kelompok atau individu terhadap suatu fenomena. Variabel yang akan diukur kemudian diuraikan menjadi indikator yang akan digunakan sebagai dasar dalam merumuskan pertanyaan atau pernyataan dalam penelitian.

Tabel 3.2
Skala *Likert*

Skala	Nilai
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2019:126) mengemukakan bahwa populasi merujuk pada penentuan objek atau subjek penelitian yang mencakup karakteristik khusus, yang menjadi dasar untuk menyimpulkan hasil penelitian. Objek atau sekelompok orang yang nantinya akan menjadi subjek penelitian merupakan populasi, populasi memiliki

karakteristik yang serupa dalam berbagai aspek, yang selanjutnya akan membentuk suatu permasalahan utama. Populasi dalam penelitian ini yaitu *followers* atau yang mengikuti akun X @idextratime dengan jumlah total *followers* 888.974 (delapan ratus delapan puluh delapan ribu sembilan ratus tujuh puluh empat)

3.3.2 Sampel

Menentukan jumlah sampel dalam penelitian kuantitatif menjadi aspek yang krusial. Sampel penelitian harus bersifat representatif terhadap keseluruhan jumlah populasi (Sugiyono,2019:127). Jika suatu penelitian memiliki populasi yang besar, peneliti mungkin tidak dapat menyelidiki semua karakteristik dalam populasi tersebut. Karena keterbatasan sumber daya seperti waktu, uang, dan tenaga yang tersedia selama penelitian, peneliti kemudian memilih beberapa sampel yang mewakili atau mewakili keseluruhan populasi. Dalam pengumpulan sampel penelitian, peneliti memanfaatkan metode *purposive sampling* karena anggota sampel tersebut memiliki kemampuan untuk mewakili atau memberikan jawaban terhadap masalah penelitian. Dalam penelitian ini, karakteristik utama populasi yang dijadikan sampel adalah para penggemar klub Manchester United yang menggunakan platform Twitter/X dan mengikuti akun @idextratime.

Pada penelitian ini sampel diambil dari jumlah pengikut akun @idextratime yang berjumlah 888.974 follower. Maka perhitungan sampel akan menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{888,974}{1 + 888,974(10\%)^2}$$

$$n = \frac{888,974}{1 + 888,974(0.1)^2} = \frac{888,974}{8,890} = 99,99$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = *Margin of error* (MoE) sebesar 10%

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan jumlah sampel sebanyak 99,99, yang selanjutnya akan dibulatkan menjadi 100 responden. Penyebaran kuesioner akan dilakukan pada akun X @idextratime.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mendukung pengumpulan data penelitian, diperlukan teknik pengumpulan data sebagai sarana untuk mendapatkan informasi dari sumber yang dapat dipercaya. Menurut (Sugiyono, 2019:296) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data adalah tahap yang sangat penting dalam suatu penelitian karena tujuannya utama adalah memperoleh data. Penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Hadi dalam Sugiyono (2019:199) Observasi merupakan proses penelitian yang digunakan untuk melihat kondisi atau situasi yang akan diteliti.

2. Kuisoner

Kuesioner digunakan sebagai metode pengumpulan data dengan menyusun daftar pertanyaan atau pernyataan secara rinci. Kuesioner diberikan kepada responden untuk dijawab secara bebas tanpa adanya campur tangan dari peneliti (Sugiyono 2019: 199). Penggunaan kuesioner dinilai efektif bila peneliti memahami dengan jelas variabel yang akan diukur dan memahami harapan responden.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Menilai keefektifan suatu instrumen penelitian dengan Melakukan uji validitas. Validitas suatu pengukuran variabel penelitian dapat dianggap terjamin apabila instrumen tersebut dapat diterapkan secara efektif dalam konteks penelitian. Tujuan pelaksanaan uji validitas adalah mengevaluasi kualitas instrumen terhadap objek yang diteliti (Riyanto & Hatmawan,2020:63). Menurut (Sugiyono, 2019:361) menjelaskan bahwa validitas adalah sejauh mana data yang tercatat pada objek penelitian sesuai dengan kejadian yang sebenarnya dan dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian, data yang valid adalah data yang tidak mengalami perbedaan antara catatan yang dilaporkan oleh peneliti dengan kejadian sebenarnya

pada objek penelitian. Penggunaan aplikasi pengolahan data SPSS 26 for Windows digunakan dalam melakukan uji validitas pada penelitian ini. Peneliti menggunakan teknik Korelasi *Product Moment* untuk mengukur validitas, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi yang dicari
- $\sum XY$ = Jumlah perkalian antara variable x dan y
- $\sum X^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X
- $\sum Y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y
- $(\sum X)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuatradkan
- $(\sum Y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian di kuatradkan
- N = Banyaknya responden

Uji validitas didasarkan pada pengumpulan data responden, yaitu pengikut akun $X @idextratime$. Validitas instrumen dianggap terpenuhi jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sedangkan jika r hitung kurang dari r tabel, maka instrumen dianggap tidak valid. Peneliti mengevaluasi setiap pernyataan dalam kuesioner menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS IBM versi 26. Nilai dari tabel r untuk tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan partisipan sebanyak 30 orang adalah sebesar 0,361. Hasil uji validitas instrumen disajikan dalam:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (X1)

Item	<i>R hitung</i>	<i>R Tabel</i>	Keterangan
1	.619**	0.361	Valid
2	.728**	0.361	Valid
3	.698**	0.361	Valid
4	.508**	0.361	Valid

5	.449*	0.361	Valid
6	.402*	0.361	Valid
7	.622**	0.361	Valid
8	.510**	0.361	Valid
9	.511**	0.361	Valid

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Variabel Agresi Verbal (X2)

Item	<i>R hitung</i>	<i>R Tabel</i>	Keterangan
1	.643**	0.361	Valid
2	.643**	0.361	Valid
3	.801**	0.361	Valid
4	.672**	0.361	Valid
5	.664**	0.361	Valid
6	.596**	0.361	Valid

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Variabel Fanatisme (Y)

Item	<i>R hitung</i>	<i>R Tabel</i>	Keterangan
1	.611**	0.361	Valid
2	.633**	0.361	Valid
3	.580**	0.361	Valid
4	.747**	0.361	Valid
5	.490**	0.361	Valid
6	.402*	0.361	Valid
7	.565**	0.361	Valid
8	.484**	0.361	Valid
9	.530**	0.361	Valid

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan langkah evaluasi terhadap akurasi dan konsistensi suatu skala pengukuran. Instrumen yang reliabel dapat diartikan sebagai instrumen yang, jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang konsisten atau sama (Sugiyono, 2009: 348). Analisis

reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Umumnya, hasil tes yang menunjukkan angka kurang dari 0,60 dianggap buruk, angka antara 0,70 hingga 0,80 dapat diterima, dan apabila lebih dari 0,80 dianggap baik (Faizah, 2017: 56). Rumus Alpha Cronbach:

$$r_{11} = n/(n - 1) [1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2}]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas tes secara keseluruhan

n = Banyak butir item

$\sum s_i^2$ = Jumlah varian skor tiap item

s_t^2 = Varian skor total

Tabel 3.6 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel X₁

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
725	9

Sumber : Hasil Pengolahan Data Melalui SPSS 26

Tabel 3.7 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel X₂

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
750	6

Sumber : Hasil Pengolahan Data Melalui SPSS 26

Tabel 3.8 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Y

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
688	9

Sumber : Hasil Pengolahan Data Melalui SPSS 26

Berdasarkan hasil uji Cronbach's Alpha pada penelitian ini, didapatkan nilai untuk variabel X₁ sebesar 0,725 variabel X₂ sebesar 0,750 dan nilai untuk variabel Y sebesar 0.688. dengan demikian, total 24 pernyataan yang ada pada penelitian ini dinyatakan reliabel karena hasil uji memiliki nilai diatas 0,60.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memiliki tujuan untuk menyajikan data yang terkumpul secara objektif tanpa maksud untuk membuat kesimpulan yang bersifat generalisasi (Sugiyono, 2019). Data yang dianalisis secara deskriptif dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti grafik, tabel, mean, modus, dan lainnya. Analisis deskriptif mampu memberikan gambaran yang mendetail terkait antar variabel penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, di mana responden dapat memilih alternatif jawaban yang telah disediakan, sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (4)
- b. Setuju (3)
- c. Tidak setuju (2)
- d. Sangat tidak setuju (1)

Menurut Arikunto (2013:265) Dengan merujuk pada jawaban yang diperoleh, penulis dapat mengeksplorasi dan mengembangkan kriteria penilaian yang akan dijelaskan dalam tahapan-tahapan berikut:

- a. Nilai kumulatif yaitu total dari seluruh pertanyaan yang merupakan jawaban dari tiap responden.
- b. Persentase yaitu nilai kumulatif pernyataan yang kemudian dibagi dengan nilai frekuensinya lalu dikalikan 100%.
- c. Jumlah responden pada penelitian ini yaitu 100 orang, dengan menggunakan skala pengukuran tertinggi 4 dan skala pengukuran terkecil 1. Sehingga diperoleh jumlah kumulatif terbesar $100 \times 4 = 400$ dengan kumulatif terkecil adalah $100 \times 1 = 100$.
- d. Menentukan nilai persentase terbesar dan terkecil

1. Nilai persentase terbesar $\frac{400}{400} \times 100\% = 100\%$

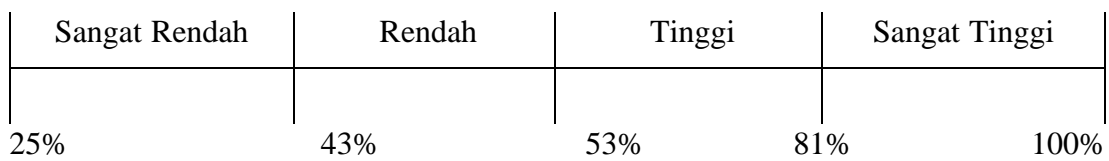
2. Nilai persentase terkecil $\frac{100}{400} \times 100\% = 25\%$

e. Nilai rentan adalah nilai persentase terbesar dikurangi nilai persentase terkecil yaitu $100\% - 25\% = 75\%$. Apabila nilai rentang dibagi empat skala pengukuran maka diperoleh nilai interval persentase 18.75%. Kemudian diperoleh kategori penilaian seperti pada table dibawah :

Tabel 3.9
Kategori Penilaian

No	Persentase	Kategori Penelitian
1	25% - 43,75%	Sangat Rendah
2	43% - 62,5%	Rendah
3	62,5% - 81,25%	Tinggi
4	81,25% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Olahan Penulis, 2023



Gambar 3.1 Garis Kontinum

Sumber: Olahan Penulis, 2023

3.6.2 Method of Succesive Interval (MSI)

Dengan mempertimbangkan sifat-sifat variabel yang akan diuji, metode statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis korelasi menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* untuk ketiga variabel tersebut. Namun, dalam penelitian ini, jenis data yang akan terkumpul adalah data ordinal. Oleh karena itu, data ordinal akan diubah terlebih dahulu menjadi skala interval. Hal ini perlu dilakukan karena "untuk menganalisis korelasi *Pearson Product Moment*, data yang digunakan harus berupa data interval" (Riduwan, 2010: 136). Sugiyono (2019:25) menjelaskan langkah-langkah dalam mengonversikan skala ordinal menjadi interval sebagai berikut:

1. Cermati setiap elemen jawaban responden.
2. Tetapkan frekuensi dengan melihat jumlah responden yang mendapat skor 1, 2, 3, 4.

3. Untuk menghitung proporsi, bagi setiap frekuensi dengan jumlah responden.
4. Tentukan nilai proporsi kumulatif.
5. Hitung nilai Z pada tabel distribusi normal untuk setiap proporsi yang ditetapkan.
6. Gunakan tabel densitas untuk setiap Z yang diperoleh untuk menetapkan nilai densitas.
7. Tentukan nilai skala menggunakan rumus:

Means of interval

$$= \frac{\text{Density Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Keterangan:

Means of Interval: Rata-rata interval

Density at Lower Limit: Kepadatan pada batas bawah

Density at Upper Limit: Kepadatan pada batas atas

Area Under Upper Limit: Daerah di bawah batas atas

Area Under Lower Limit: Daerah di bawah batas bawah

8. Tentukan nilai transformasi dengan rumus:

$$Y = NS + [NS_{\min}]$$

Keterangan :

Y: Nilai transformasi

NS: Nilai skala

NS_{min}: Nilai skala minimum

3.6.3 Uji Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, peneliti akan menerapkan teknik analisis regresi linier berganda. Metode analisis ini dianggap serbaguna dan kuat, memungkinkan pemodelan efek simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen (Suhartanto, 2014:328). Pada penelitian ini digunakan 2 variabel independen yaitu Media Sosial (X_1), Agresi Verbal (X_2), dan variabel dependen Fanatisme (Y).

Analisis ini dapat dilakukan dengan menentukan persamaan regresi linier berganda untuk dua variable bebas, sebagai berikut:

$$Y = \beta + a_1X_1 + a_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variable tak bebas

β = Konstanta

a_1, a_2 = Koefisien Regresi

X_1, X_2 = Variable bebas

3.6.4 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) berperan dalam mengukur kontribusi variabel dependen terhadap variabel independen (Sugiyono, 2019). Pengujian koefisien determinasi dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26 tahun 2023, di mana variabel X, "Media Sosial & Agresi Verbal," diuji terhadap variabel Y, "Fanatisme." Hasil pengujian koefisien determinasi kemudian diungkapkan dalam bentuk persentase, dengan rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefiensi Determinasi

r = Koefisiensi Korelasi

3.6.5 Uji Asumsi Klasik

Menurut Purnomo (2017:107), uji asumsi klasik digunakan untuk memeriksa normalitas residual, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas dalam model regresi. Sebuah model regresi linier dianggap baik jika memenuhi asumsi klasik ini, termasuk distribusi normal dari residual, tidak adanya multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pentingnya pemenuhan asumsi klasik adalah untuk mendapatkan estimasi yang tidak bias dan hasil uji yang dapat dipercaya. Jika salah satu asumsi tidak terpenuhi, maka estimasi model regresi tidak dapat dianggap sebagai Estimator Linier Terbaik Tanpa Bias (Best Linear Unbiased Estimator).

1. Uji Normalitas

Menurut Purnomo (2017:108), uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menentukan apakah residual yang dihasilkan dari regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Sebuah model regresi dianggap baik jika residualnya terdistribusi secara normal. Terdapat beberapa metode uji normalitas, termasuk melalui grafik Normal P-P Plot dari residual standar regresi atau menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov. Metode grafik mengharuskan evaluasi penyebaran data pada grafik Normal P-P Plot dari residual standar regresi. Keputusan dapat diambil dengan melihat apakah titik-titik data tersebar secara merata sepanjang garis diagonal.

Menurut Machali (2015) bahwa tes normalitas dilakukan dengan menggunakan uji kolmogrov-smirnov dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a) Signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal
- b) Signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi secara normal

2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, di mana dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas (Basuki, 2015).

Menurut Duli (2019:122) Uji heteroskedastisitas dengan Glejser SPSS : Uji ini dasarnya bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut dengan Homokedastisitas. Dan jika varians berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas yaitu:

1. Jika nilai signifikansi $> \alpha = 0.05$, kesimpulannya yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika nilai signifikansi $< \alpha = 0.05$, kesimpulannya yaitu terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas atau Kolinearitas Ganda merupakan adanya hubungan linear antara peubah bebas X dalam Model Regresi Ganda. Jika hubungan linear antar peubah bebas X dalam Model Regresi Ganda adalah korelasi sempurna maka peubah-peubah tersebut berkolinearitas ganda sempurna (Basuki, 2015). Menurut Janie (2015) bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji

apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Menurut Duli (2019:120) bahwa dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara yakni :

Melihat nilai tolerance :

1. Jika nilai tolerance > 0.10 , maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

2. Jika nilai tolerance < 0.10 , maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

Melihat nilai VIF :

1. Jika nilai VIF < 10.00 , maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

2. Jika nilai VIF > 10.00 , maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

4. Uji Linearitas

Uji Linearitas merupakan suatu perangkat uji yang diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi di antara variabel yang sedang diteliti. Uji ini dilakukan untuk melihat hubungan dari dua buah variabel yang sudah diteliti apakah ada hubungan yang linear dan signifikan. Uji linearitas merupakan prasyarat penggunaan analisis regresi dan korelasi. Linearitas akan terpenuhi dengan asumsi apabila plot antara nilai residual terstandarisasi dengan nilai prediksi terstandarisasi tidak membentuk suatu pola tertentu atau random. Namun, penggunaan uji

linearitas dengan menggunakan gambar dianggap kurang objektif. Selain itu, pengujian linearitas ini juga dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS pada perangkat Test for Linearity. Adapun teknik analisisnya dengan menggunakan nilai signifikansi pada taraf signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$) sebagai berikut :

Jika nilai sig. $< 0,05$, maka variabel memiliki hubungan yang linear

Jika nilai sig. $> 0,05$, maka variabel memiliki hubungan yang tidak linear.

3.6.6 Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji-T digunakan dalam penelitian ini untuk menguji keberadaan hubungan antara variabel penelitian dan sekaligus untuk menguji hipotesis. Fokus uji ini adalah untuk mengetahui apakah variabel X, yang terdiri dari "Media Sosial dan Agresi Verbal," memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Y, yaitu "Fanatisme." Dalam penelitian ini, hipotesis diuji menggunakan Uji-T dengan tingkat kepercayaan $\alpha = 0,05$. Hasil uji tersebut akan memberikan gambaran apakah variabel X secara signifikan mempengaruhi variabel Y.

Rumus Uji-T adalah sebagai berikut:

$$\text{Nilai } t \text{ hitung} = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

$n =$ Jumlah sampel

Kriteria keputusan uji hipotesis didasarkan pada taraf signifikan (α) sebesar 5% yang dinyatakan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan $T \text{ hitung} \leq t$ tabel maka H_0 diterima dan hipotesis alternatis (H_1) ditolak. Hal ini menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan $T \text{ hitung} > t$ tabel maka H_0 ditolak, dan hipotesis alternatis (H_1) diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk menegaskan apakah terdapat dampak yang signifikan antara variabel independen dan dependen secara bersamaan atau simultan. Sebelum melaksanakan uji ini, perlu menentukan nilai f_{hitung} yang akan dibandingkan dengan nilai f_{tabel} . Sesuai dengan Sugiyono (2014:257), rumus yang digunakan untuk menghitung f_{hitung} adalah:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

$R^2 =$ Koefisien Determinasi

$k =$ Jumlah variable independent

$n =$ Jumlah data atau responden

Kemudian table distribusi t akan dicari pada taraf error (α) 5% sesuai dengan standar derajat kebebasan (df) = $k(n-k-1)$ dengan hipotesis:

1. H_0 diterima apabila $f_{hitung} \leq f_{tabel}$ dan nilai $sig > \alpha$
2. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai $sig \leq \alpha$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

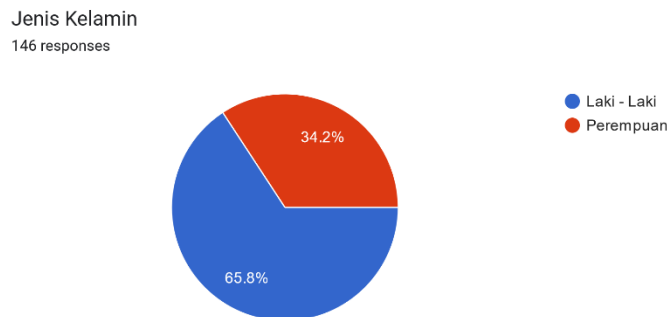
4.1 Pengumpulan Data

Dalam Penelitian ini, responden diminta untuk mengisi kuesioner sebagai sumber data. Kuesioner didistribusikan melalui beberapa cara yaitu *Personal contact (PC)* kepada pengguna twitter yang sudah mengikuti akun @idextratime, menggunakan fitur *Reply* pada *tweet* yang dibuat oleh @idextratime. Terdapat 24 pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini, ditambah tiga pernyataan untuk identitas responden.

4.2 Karakteristik Responden

Usia, Jenis, Kelamin dan *screening question* digunakan untuk mengetahui karakteristik responden penelitian. Berikut merupakan uraian responden:

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

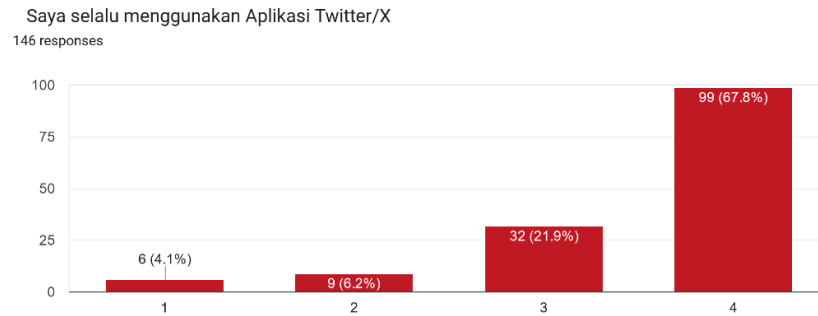


Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Pada gambar diatas ditunjukkan bahwa persentase karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Temuan ini menunjukkan bahwa 96 responden (65,8%) adalah laki-laki dan 50 (34,2%) adalah perempuan.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan *Screening Question*



Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan *Screening Question*

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Pada diagram diatas menunjukkan salah satu pernyataan *Screening question* yaitu apakah responden selalu menggunakan aplikasi X (Twitter) atau tidak. Dapat dilihat bahwa, terdapat 99 responden (67,8%) sangat sering menggunakan aplikasi X (Twitter), lalu 32 responden (21,9%) cukup sering dalam menggunakan aplikasi X (Twitter), 9 responden (6,2%) jarang menggunakan aplikasi X (Twitter), dan 6 responden (4,1%) sangat jarang dalam menggunakan aplikasi X (Twitter).

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Analisis Deskriptif

4.3.1.1 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian Media Sosial (Variabel X1)

Berikut merupakan pemaparan data dari variabel media sosial akun X (Twitter) @idextratime dengan sub-variabel Partisipasi, Keterbukaan, Percakapan, Komunitas, Saling terhubung.

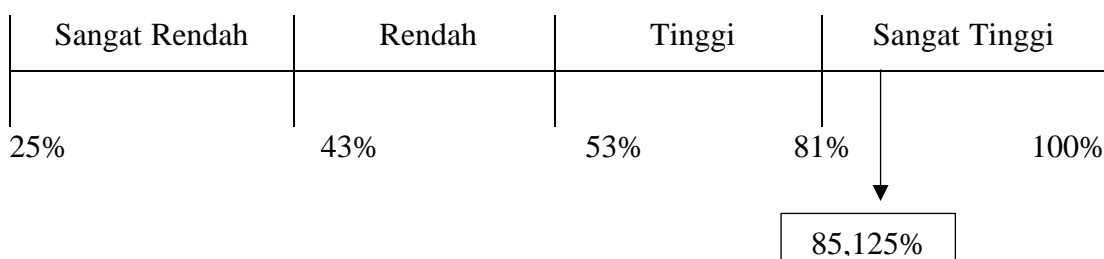
Tabel 4.1 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Partisipasi”

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
		STS (1)	TS (2)	S (3)	ST (4)			
1.	Saya selalu menggunakan Aplikasi Twitter/X	5	9	18	68	100	349	400
		5%	9%	18%	68%	100%	87,25%	

2.	Saya sebagai pengguna Twitter/X aktif berpartisipasi dalam berbagai aktivitas online, seperti retweet, like, dan komentar, yang menunjukkan Tingkat partisipasi yang tinggi di platform ini.	6	8	24	62	100	342	400
		6%	8%	24%	62%	100%	85,50%	
Skor Total							691	800
							85,125%	

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 dengan sub-variabel “partisipasi” mendapatkan skor total sebesar 691 atau 85,125%. Berikut merupakan garis kontinum dari hasil skor pada sub-variabel “partisipasi” :



Gambar 4.3 Garis Kontinum

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan pengamatan pada gambar garis kontinum diatas, skor tersebut termasuk dalam kategori **Sangat Tinggi (85,125%)**, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tinggkatan sangat tinggi dan apabila dijelaskan, sebagai berikut:

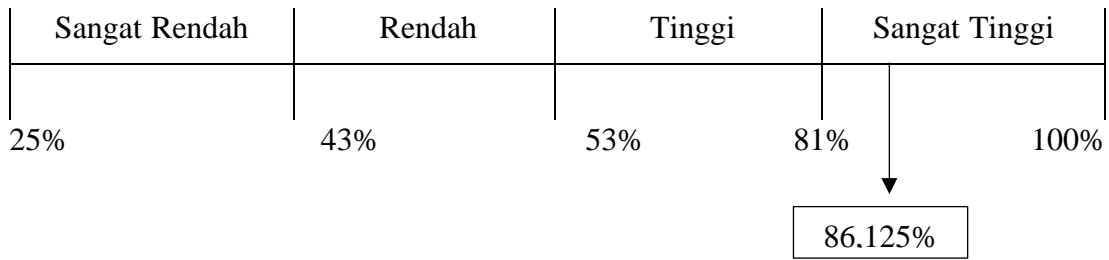
1. Pada item pernyataan “Saya selalu menggunakan Aplikasi Twitter/X” menunjukkan skor total 349 dengan persentase 87,25%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju dengan seringnya responden dalam menggunakan aplikasi X (Twitter).
2. Pada item pernyataan “Saya sebagai pengguna Twitter/X aktif berpartisipasi dalam berbagai aktivitas online, seperti retweet, like, dan komentar, yang menunjukkan Tingkat partisipasi yang tinggi di platform ini.” Menunjukkan skor total 342 dengan persentase 85,5%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju sebagai pengguna aktif di sosial media X (Twitter) dalam berbagai aktivitas.

Tabel 4.2 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Keterbukaan”

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
		STS (1)	TS (2)	S (3)	ST (4)			
1.	Media sosial X dapat digunakan untuk berbagi hal dan sifatnya terbuka	5	9	21	65	100	345	400
		5%	9%	21%	65%	100%	86,50%	
2.	Saya bersikap terbuka terhadap ide atau pandangan yang berbeda di lingkungan online	9	5	19	67	100	344	400
		9%	5%	19%	67%	100%	86,00%	
Skor Total							689	800
							86,125%	

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 dengan sub-variabel “Keterbukaan” mendapatkan skor total sebesar 689 atau 86,125%. Berikut merupakan garis kontinum dari hasil skor pada sub-variabel “Keterbukaan” :



Gambar 4.4 Garis Kontinum

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan pengamatan pada gambar garis kontinum diatas, skor tersebut termasuk dalam kategori **Sangat Tinggi (86,125%)**. hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkatan sangat tinggi dan apabila dijelaskan, sebagai berikut:

1. Pada item pernyataan “Media sosial X dapat digunakan untuk berbagi hal dan sifatnya terbuka” menunjukkan skor total 345 dengan persentase 86,50%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju terkait media sosial X dapat digunakan dalam berbagai hal dan sifatnya terbuka.
2. Pada item pernyataan “Saya bersikap terbuka terhadap ide atau pandangan yang berbeda di lingkungan online.” Menunjukkan skor total 344 dengan persentase 86,125%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju untuk bersikap terbuka terhadap ide dan pandangan yang berbeda di jejaring sosial online.

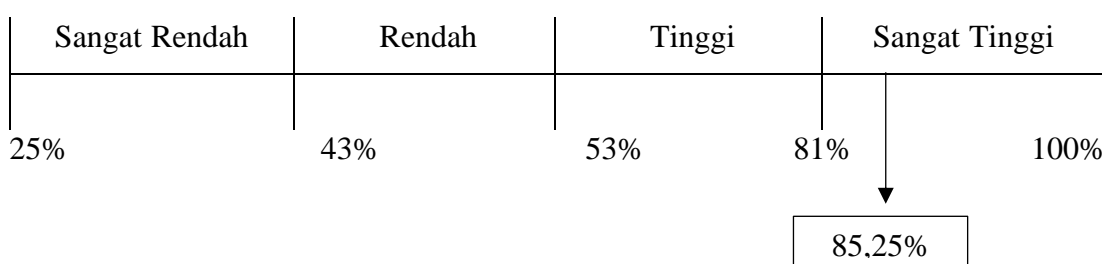
Tabel 4.3 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Percakapan”

Pernyataan	Hasil	Frekuensi	Presentase
Tingkat percakapan di Twitter/X tercermin dari seberapa sering pengguna terlibat dalam diskusi atau dialog interaktif melalui tweet, balasan, dan retweet.	Sangat Setuju	64	64%
	Setuju	21	21%
	Tidak Setuju	7	7%
	Sangat Tidak Setuju	8	8%
	Total	100	100%

	Skor total	341	85,25%
	Skor ideal	400	100%

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 dengan sub-variabel “Percakapan” mendapatkan skor total sebesar 341 atau 85,25%. Berikut merupakan garis kontinum dari hasil skor pada sub-variabel “Percakapan” :



Gambar 4.5 Garis Kontinum

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan pengamatan pada gambar garis kontinum diatas, skor tersebut termasuk dalam kategori **Sangat Tinggi (85,25%)**. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkatan sangat tinggi dalam pernyataan “Tingkat percakapan di Twitter/X tercermin dari seberapa sering pengguna terlibat dalam diskusi atau dialog interaktif melalui tweet, balasan, dan retweet.”, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju terkait seringnya terlibat dalam diskusi atau dialog interaktif melalui tweet, balasan, dan retweet.

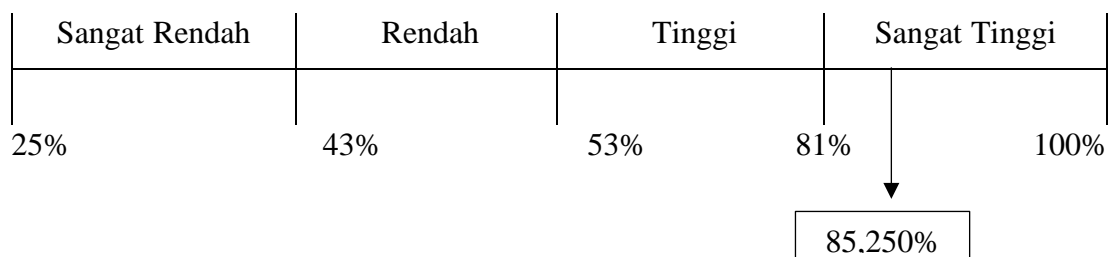
Tabel 4.4 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Komunitas”

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
		STS (1)	TS (2)	S (3)	ST (4)			
1.	Saya rasa komunitas online di Twitter memiliki rasa identitas yang kuat	9	5	22	64	100	341	400
		9%	5%	22%	64%	100%	85,25%	

2.	X menjadi ruang bagi berbagai komunitas untuk berbagi minat, ide, dan dukungan melalui tweet, retweet, dan berbagai bentuk interaksi lainnya.	6	8	25	61	100	341	400
		6%	8%	25%	61%	100%	85,25%	
Skor Total							682	800
							85,250%	

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 dengan sub-variabel “Komunitas” mendapatkan skor total sebesar 682 atau 85,250%. Berikut merupakan garis kontinum dari hasil skor pada sub-variabel “Komunitas” :



Gambar 4.6 Garis Kontinum

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan pengamatan pada gambar garis kontinum diatas, skor tersebut termasuk dalam kategori **Sangat Tinggi (85,250%)**. hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkatan sangat tinggi dan apabila dijelaskan, sebagai berikut:

1. Pada item pernyataan “Saya rasa komunitas online di Twitter memiliki rasa identitas yang kuat” menunjukkan skor total 341 dengan persentase 85,25%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju terkait komunitas-komunitas online di media sosial X (Twitter) memiliki rasa identitas yang kuat.
2. Pada item pernyataan “X menjadi ruang bagi berbagai komunitas untuk berbagi minat, ide, dan dukungan melalui tweet, retweet, dan berbagai bentuk interaksi lainnya.” Menunjukkan skor total 341 dengan persentase 85,25%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju terkait media sosial X dapat menjadi ruang untuk berbagai komunitas untuk berbagi minat, ide, dan dukungan melalui cuitan cuitan dan berbagai bentuk interaksi lainnya.

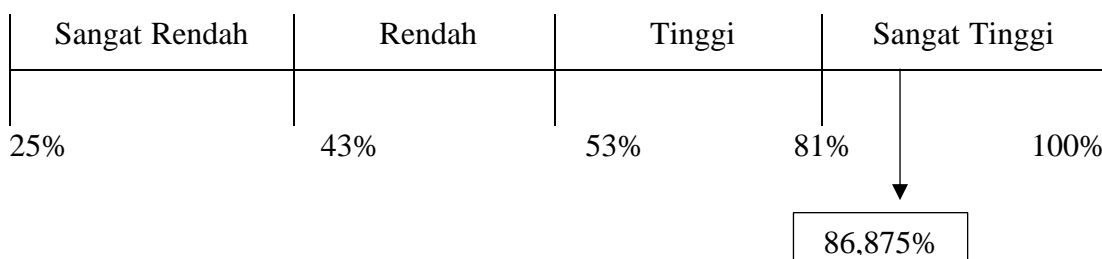
Tabel 4.5 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Saling Terhubung”

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
		STS (1)	TS (2)	S (3)	ST (4)			
1.	Saling terhubung di Twitter/X menciptakan atmosfer kolaboratif yang memungkinkan pengguna untuk merasakan kehadiran dan dukungan dari komunitasnya.	7	7	16	70	100	358	400
		7%	7%	16%	70%	100%	89,50%	
2.	Saya merasa terhubung secara personal dengan penggemar lainnya di akun @idextratime,	9	8	20	63	100	337	400

	namun agresi verbal dapat mengganggu dan merusak hubungan tersebut	9%	8%	20%	63%	100%	84,25%	
Skor Total							695	800
							86,875%	

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.5 dengan sub-variabel “Saling Terhubung” mendapatkan skor total sebesar 695 atau 86,875%. Berikut merupakan garis kontinum dari hasil skor pada sub-variabel “Saling Terhubung” :



Gambar 4.7 Garis Kontinum

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan pengamatan pada gambar garis kontinum diatas, skor tersebut termasuk dalam kategori **Sangat Tinggi (86, 875%)**. hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkatan sangat tinggi dan apabila dijelaskan, sebagai berikut:

1. Pada item pernyataan “Saling terhubung di Twitter/X menciptakan atmosfer kolaboratif yang memungkinkan pengguna untuk merasakan kehadiran dan dukungan dari komunitasnya.” menunjukkan skor total 358 dengan persentase 89,50%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden

sangat setuju bahwa media sosial X (Twitter) menciptakan sebuah atmosfer kerja sama atau saling yang memungkinkan pengguna untuk merasakan kehadiran dan dukungan dari komunitasnya.

2. Pada item pernyataan “Saya merasa terhubung secara personal dengan penggemar lainnya di akun @idextratime, namun agresi verbal dapat mengganggu dan merusak hubungan tersebut.” Menunjukkan skor total 337 dengan persentase 84,25%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju dalam merasakan hubungan secara personal dengan penggemar fans sepak bola lainnya, namun agresi verbal dapat mengganggu dan merusak hubungan tersebut.

4.3.1.2 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian Agresi Verbal (Variabel X2)

Berikut merupakan pemaparan data dari variabel agresi verbal akun X (Twitter) @idextratime dengan sub-variabel terlibat dalam berdebat atau memperlihatkan ketidaksukaan dan ketidaksetujuan, menyebarkan gosip, bersikap sarkatis.

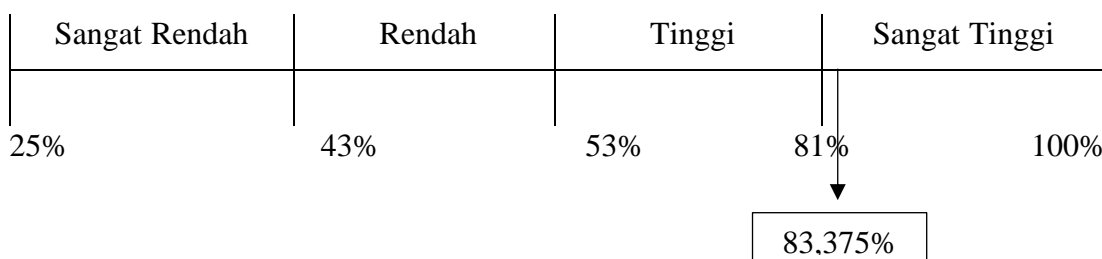
Tabel 4.6 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Terlibat Dalam Berdebat Atau Memperlihatkan Ketidaksukaan Dan Ketidaksetujuan”

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
		STS (1)	TS (2)	S (3)	ST (4)			
1.	Saya merasa terdorong untuk terlibat dalam berdebat atau menunjukkan ketidaksukaan dan ketidaksetujuan terhadap pendapat atau pandangan yang berbeda di akun X @idextratime.	9	8	20	63	100	337	400
		9%	8%	20%	63%	100%	84,25%	

2.	Saya cenderung berpartisipasi dalam interaksi yang melibatkan konfrontasi atau ekspresi ketidaksetujuan terhadap konten yang diunggah oleh akun X @idextratime terkait dengan Manchester United.	11	6	25	58	100	330	400
		11%	6%	25%	58%	100%	82,50%	
Skor Total							667	800
							83,375%	

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.6 dengan sub-variabel “Terlibat Dalam Berdebat Atau Memperlihatkan Ketidaksukaan Dan Ketidaksetujuan” mendapatkan skor total sebesar 667 atau 83,375%. Berikut merupakan garis kontinum dari hasil skor pada sub-variabel “Terlibat Dalam Berdebat Atau Memperlihatkan Ketidaksukaan Dan Ketidaksetujuan” :



Gambar 4.8 Garis Kontinum

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan pengamatan pada gambar garis kontinum diatas, skor tersebut termasuk dalam kategori **Sangat Tinggi (83,375%)**. hal ini

menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkatan sangat tinggi dan apabila dijelaskan, sebagai berikut:

1. Pada item pernyataan “Saya merasa terdorong untuk terlibat dalam berdebat atau menunjukkan ketidaksukaan dan ketidaksetujuan terhadap pendapat atau pandangan yang berbeda di akun X @idextratime.” menunjukkan skor total 337 dengan persentase 84,25%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju dalam merasakan dorongan untuk terlibat diperdebatan serta menunjukkan ketidaksukaan terhadap perbedaan pendapat di akun X @idextratime.
2. Pada item pernyataan “Saya cenderung berpartisipasi dalam interaksi yang melibatkan konfrontasi atau ekspresi ketidaksetujuan terhadap konten yang diunggah oleh akun X @idextratime terkait dengan Manchester United.” Menunjukkan skor total 330 dengan persentase 82,50%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju untuk berpartisipasi di konten yang diunggah akun X @idextratime yang melibatkan konfrontasi atau ekspresi ketidaksukaan terkait klub sepak bola Manchester United.

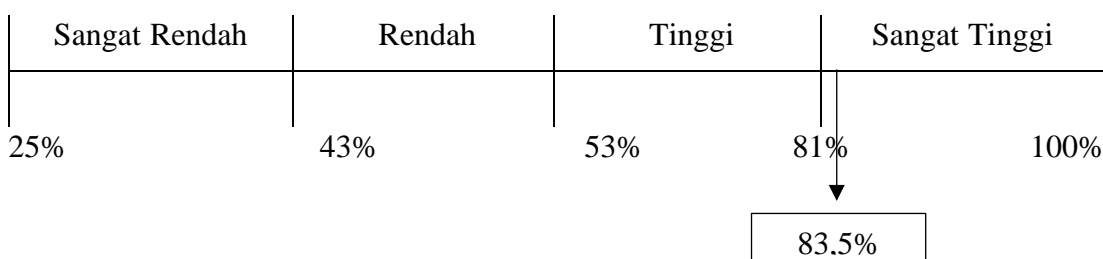
Tabel 4.7 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Menyebarkan Gosip”

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
		ST S (1)	TS (2)	S (3)	ST (4)			
1.	Saya menyadari adanya tindakan menyebarkan gosip atau informasi tanpa verifikasi di akun X @idextratime terkait dengan Manchester United.	7	7	30	56	100	335	400
		7%	7%	30%	56%	100%	83,75%	

2.	Saya cenderung merespons atau berpartisipasi dalam menyebarkan gossip setelah melihat tindakan serupa yang dilakukan oleh pengguna lain di akun X @idextratime.	5	10	32	53	100	333	400
		5%	10%	32%	53%	100%	83,25%	
Skor Total							668	800
							83,5%	

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 dengan sub-variabel “Menyebarkan Gosip” mendapatkan skor total sebesar 668 atau 83,5%. Berikut merupakan garis kontinum dari hasil skor pada sub-variabel “Menyebarkan Gosip” :



Gambar 4.9 Garis Kontinum

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan pengamatan pada gambar garis kontinum diatas, skor tersebut termasuk dalam kategori **Sangat Tinggi (83,5%)**. hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkatan sangat tinggi dan apabila dijelaskan, sebagai berikut:

1. Pada item pernyataan “Saya menyadari adanya tindakan menyebarkan gosip atau informasi tanpa verifikasi di akun X @idextratime terkait dengan Manchester United.” menunjukkan skor total 335 dengan persentase 83,75%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju dalam menyadari adanya tindakan dalam penyebaran gosip atau informasi tanpa verifikasi di akun X @idextratime terkait Manchester United.
2. Pada item pernyataan “Saya cenderung merespons atau berpartisipasi dalam menyebarkan gosip setelah melihat tindakan serupa yang dilakukan oleh pengguna lain di akun X @idextratime.” Menunjukkan skor total 333 dengan persentase 83,25%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju karena pengguna sering merespons dan berpartisipasi dalam menyebarkan gosip setelah melihat tindakan serupa yang dilakukan oleh pengguna lain di akun X @idextratime.

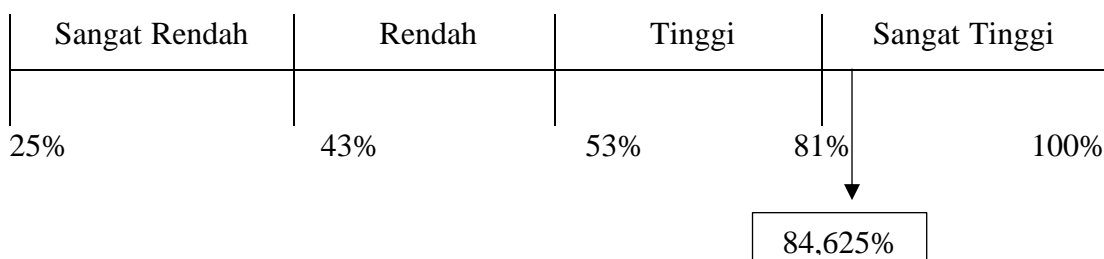
Tabel 4.8 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Bersikap Sarkatis”

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
		ST S (1)	TS (2)	S (3)	ST (4)			
1.	Saya melihat atau mengalami sikap sarkastis dalam berbagai konten yang diunggah oleh akun X @idextratime.	7	8	28	57	100	335	400
		7%	8%	28%	57%	100%	83,75%	
2.	Saya cenderung bersikap sarkastis terutama dalam merespons atau memberikan tanggapan terhadap konten	3	12	25	60	100	342	400

	yang diunggah oleh akun X @idextratime, terutama setelah melihat adanya agresi verbal.	3%	12%	25%	60%	100%	85,5%	
Skor Total							677	800
							84,625%	

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.8 dengan sub-variabel “Bersikap Sarkatis” mendapatkan skor total sebesar 677 atau 84,625%. Berikut merupakan garis kontinum dari hasil skor pada sub-variabel “Bersikap Sarkatis” :



Gambar 4.10 Garis Kontinum

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan pengamatan pada gambar garis kontinum diatas, skor tersebut termasuk dalam kategori **Sangat Tinggi (84,625%)**. hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkatan sangat tinggi dan apabila dijelaskan, sebagai berikut:

1. Pada item pernyataan “Saya melihat atau mengalami sikap sarkastis dalam berbagai konten yang diunggah oleh akun X @idextratime.” menunjukkan skor total 335 dengan persentase 83,75%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden

sangat setuju dalam merasakan atau mengalami sikap sarkatis dalam berbagai konten yang diunggah oleh akun X @idextratime.

2. Pada item pernyataan “Saya cenderung bersikap sarkastis terutama dalam merespons atau memberikan tanggapan terhadap konten yang diunggah oleh akun X @idextratime, terutama setelah melihat adanya agresi verbal.” Menunjukkan skor total 342 dengan persentase 85,5%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju karena pengguna sering memberikan tanggapan atau respons yang bersikap sarkastis terhadap konten yang diunggah oleh akun X @idextratime.

4.3.1.3 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian Fanatisme (Variabel Y)

Berikut merupakan pemaparan data dari variabel Fanatisme dengan sub-variabel rasa antusiasme yang ekstrim, keterikatan emosi dan rasa cinta, berlangsung dalam waktu yang lama, menganggap hal yang mereka yakini adalah benar, membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini.

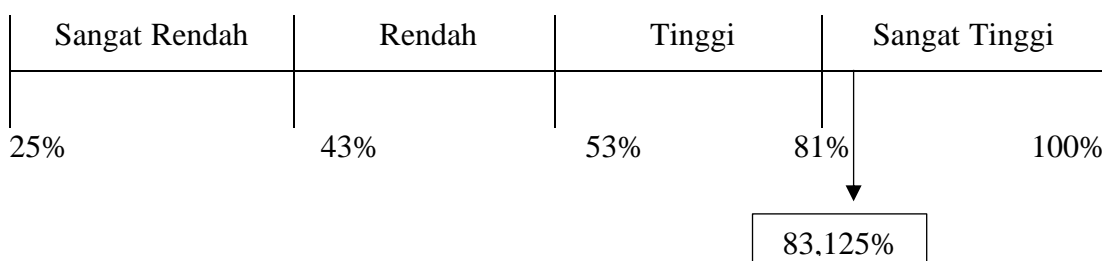
Tabel 4.9 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Rasa Antusiasme Yang Ekstrim”

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
		STS (1)	TS (2)	S (3)	ST (4)			
1.	Tindakan agresi verbal di akun X @idextratime secara signifikan meningkatkan rasa antusiasme yang ekstrim dari Fans Manchester United.	10	6	37	47	100	321	400
		10%	6%	37%	47%	100%	80,25%	
2.	Tingkat rasa antusiasme yang ekstrim dari Fans Manchester United cenderung meningkat seiring dengan paparan	4	12	20	64	100	344	400

terhadap tindakan agresi verbal di akun X @idextratime.	4%	12%	20%	64%	100%	86%	
Skor Total						665	800
						83,125%	

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.9 dengan sub-variabel “Rasa Antusiasme Yang Ekstrim” mendapatkan skor total sebesar 665 atau 83,125%. Berikut merupakan garis kontinum dari hasil skor pada sub-variabel “Rasa Antusiasme Yang Ekstrim” :



Gambar 4.11 Garis Kontinum

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan pengamatan pada gambar garis kontinum diatas, skor tersebut termasuk dalam kategori **Sangat Tinggi (83,125%)**. hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tinggkatan sangat tinggi dan apabila dijelaskan, sebagai berikut:

1. Pada item pernyataan “Tindakan agresi verbal di akun X @idextratime secara signifikan meningkatkan rasa antusiasme yang ekstrim dari Fans Manchester United.” menunjukkan skor total 321 dengan persentase 80,25%. Hal tersebut menunjukkan

bahwa mayoritas responden sangat setuju terhadap tindakan agresi verbal pada akun X @idextratime yang secara terpengaruh terhadap meningkatnya rasa antusiasme yang ekstrim dari fans Manchester United.

2. Pada item pernyataan “Tingkat rasa antusiasme yang ekstrim dari Fans Manchester United cenderung meningkat seiring dengan paparan terhadap tindakan agresi verbal di akun X @idextratime.” Menunjukkan skor total 344 dengan persentase 86%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju dalam peningkatan rasa antusiasme yang ekstrim dari fans Manchester United terhadap paparan tindakan agresi verbal di akun X @idextratime.

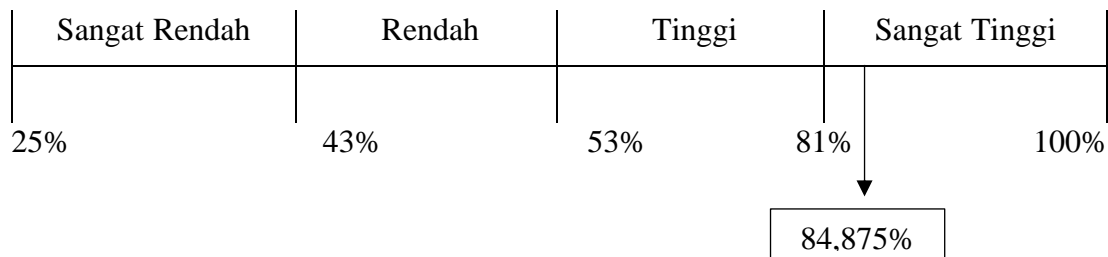
Tabel 4.10 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Keterikatan Emosi dan Rasa Cinta”

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
		STS (1)	TS (2)	S (3)	ST (4)			
1.	Tindakan agresi verbal di akun X @idextratime berkontribusi pada peningkatan keterikatan emosi dan rasa cinta Fans Manchester United terhadap klub.	7	7	30	56	100	335	400
		7%	7%	30%	56%	100%	83,75%	
2.	Fans Manchester United cenderung membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini sebagai respons	4	11	22	63	100	344	400

terhadap tindakan agresi verbal di akun X @idextratime, menunjukkan keterikatan emosi dan rasa cinta yang kuat.	4%	11%	22%	63%	100%	86%	
Skor Total						679	800
						84,875%	

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 dengan sub-variabel “Keterikatan Emosi dan Rasa Cinta” mendapatkan skor total sebesar 679 atau 84,875%. Berikut merupakan garis kontinum dari hasil skor pada sub-variabel “Keterikatan Emosi dan Rasa Cinta” :



Gambar 4.12 Garis Kontinum

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan pengamatan pada gambar garis kontinum diatas, skor tersebut termasuk dalam kategori **Sangat Tinggi (84,875%)**. hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkatan sangat tinggi dan apabila dijelaskan, sebagai berikut:

1. Pada item pernyataan “Tindakan agresi verbal di akun X @idextratime berkontribusi pada peningkatan keterikatan emosi dan rasa cinta Fans Manchester United terhadap klub.” menunjukkan skor total 335 dengan persentase 83,75%. Hal

tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju dalam agresi verbal yang dilakukan oleh akun X @ idextratime dapat berkontribusi pada peningkatan emosi dan rasa cinta fans Manchester United terhadap klub.

2. Pada item pernyataan “Fans Manchester United cenderung membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini sebagai respons terhadap tindakan agresi verbal di akun X @idextratime, menunjukkan keterikatan emosi dan rasa cinta yang kuat.” Menunjukkan skor total 344 dengan persentase 86%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju untuk membela serta mempertahankan kebenaran yang diyakini terhadap respons tindakan agresi verbal oleh akun X @idextratime.

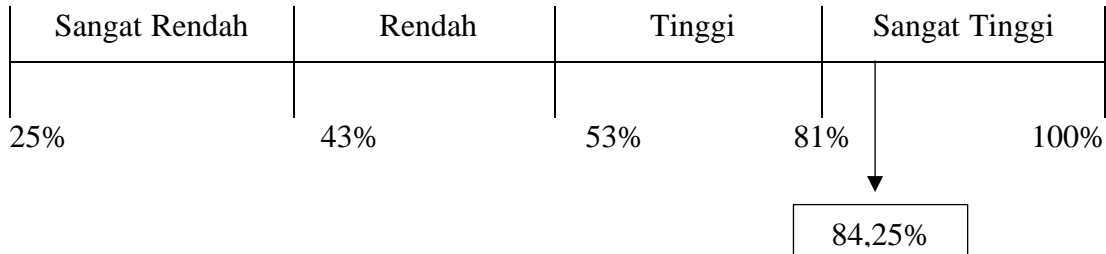
Tabel 4.11 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Berlangsung Dalam Waktu Lama”

Pernyataan	Hasil	Frekuensi	Presentasi
Fans Manchester United menunjukkan Tingkat fanatisme yang lebih tinggi, yang bersifat berkelanjutan, setelah terpapar dengan tindakan agresi verbal di akun X @idextratime.	Sangat Setuju	59	59%
	Setuju	25	25%
	Tidak Setuju	10	10%
	Sangat Tidak Setuju	6	6%
	Total	100	100%
	Skor total	337	84,25%
	Skor ideal	400	100%

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 dengan sub-variabel “Berlangsung Dalam Waktu Lama” mendapatkan skor total sebesar 337 atau 84,25%. Berikut merupakan

garis kontinum dari hasil skor pada sub-variabel “Berlangsung Dalam Waktu Lama” :



Gambar 4.13 Garis Kontinum

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan pengamatan pada gambar garis kontinum diatas, skor tersebut termasuk dalam kategori **Sangat Tinggi (84,25%)**. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkatan sangat tinggi dalam pernyataan “Fans Manchester United menunjukkan Tingkat fanatisme yang lebih tinggi, yang bersifat berkelanjutan, setelah terpapar dengan tindakan agresi verbal di akun X @idextratime.”, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju terkait Fans Manchester United yang menunjukkan Tingkat fanatisme yang lebih tinggi, yang bersifat berkelanjutan, setelah terpapar dengan tindakan agresi verbal di akun X @idextratime.

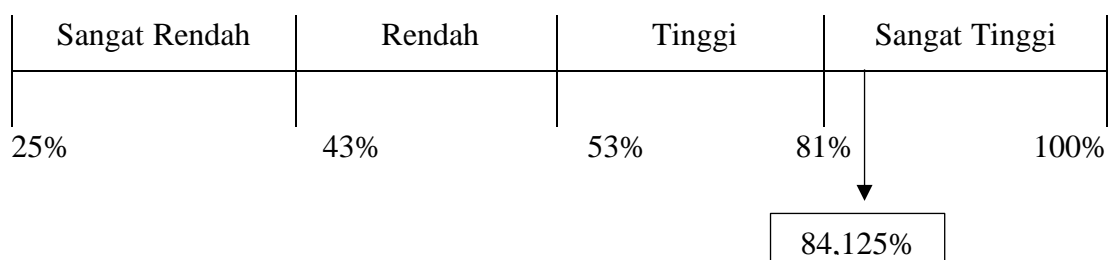
Tabel 4.12 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Menganggap Hal yang Mereka yakini adalah Benar”

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
		STS (1)	TS (2)	S (3)	ST (4)			
1.	Fans Manchester United menganggap pandangan dan keyakinan mereka sebagai benar, dan hal ini lebih	5	10	30	55	100	335	400

	diperkuat setelah terpapar dengan tindakan agresi verbal di akun X @idextratime.	5%	10%	30%	55%	100%	83,75%	
2.	Fans Manchester United, setelah terpapar dengan agresi verbal di akun X @idextratime, cenderung lebih meyakini dan membenarkan pandangan atau keyakinan mereka terkait klub.	9	6	23	62	100	338	400
		9%	6%	23%	62%	100%	84,5%	
Skor Total							673	800
							84,125%	

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.12 dengan sub-variabel “Menganggap Hal yang Mereka yakini adalah Benar” mendapatkan skor total sebesar 673 atau 84,125%. Berikut merupakan garis kontinum dari hasil skor pada sub-variabel “Menganggap Hal yang Mereka yakini adalah Benar” :



Gambar 4.14 Garis Kontinum

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan pengamatan pada gambar garis kontinum diatas, skor tersebut termasuk dalam kategori **Sangat Tinggi (84,125%)**. hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkatan sangat tinggi dan apabila dijelaskan, sebagai berikut:

1. Pada item pernyataan “Fans Manchester United menganggap pandangan dan keyakinan mereka sebagai benar, dan hal ini lebih diperkuat setelah terpapar dengan tindakan agresi verbal di akun X @idextratime.” menunjukkan skor total 335 dengan persentase 83,75%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa fans klub sepakbola Manchester United cenderung menganggap pandangan serta keyakinan nya selalu benar, dan diperkuat setelah banyak nya cuitan dengan tindakan agresi verbal di akun X @idextratime.
2. Pada item pernyataan “Fans Manchester United, setelah terpapar dengan agresi verbal di akun X @idextratime, cenderung lebih meyakini dan membenarkan pandangan atau keyakinan mereka terkait klub” Menunjukkan skor total 338 dengan persentase 84,5%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa Fans klub sepak bola Manchester United, setelah terpapar dengan agresi verbal di akun X @idextratime, cenderung lebih meyakini dan membenarkan pandangan atau keyakinan mereka terkait klub.

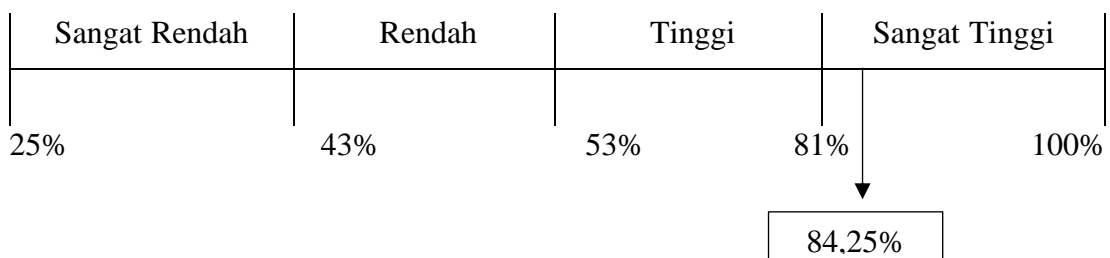
Tabel 4.13 Tanggapan responden Terhadap Sub-Variabel “Membela dan Mempertahankan Kebenaran yang Mereka Yakini”

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
		STS (1)	TS (2)	S (3)	ST (4)			
1.	Tindakan agresi verbal di media sosial memberikan kontribusi pada sikap fans untuk lebih proaktif	9	5	22	64	100	341	400

	membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini terkait klub.	9%	5%	22%	64%	100%	85,25%	
2.	Fans Manchester United, setelah terpapar dengan tindakan agresi verbal di akun X @idextratime, cenderung lebih aktif dalam membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini.	8	6	31	55	100	333	400
		8%	6%	31%	55%	100%	83,25%	
Skor Total							674	800
							84,25%	

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.13 dengan sub-variabel “Membela dan Mempertahankan Kebenaran yang Mereka Yakini” mendapatkan skor total sebesar 674 atau 84,25%. Berikut merupakan garis kontinum dari hasil skor pada sub-variabel “Membela dan Mempertahankan Kebenaran yang Mereka Yakini” :



Gambar 4.15 Garis Kontinum

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan pengamatan pada gambar garis kontinum diatas, skor tersebut termasuk dalam kategori **Sangat Tinggi (84,25%)**. hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkatan sangat tinggi dan apabila dijelaskan, sebagai berikut:

1. Pada item pernyataan “Tindakan agresi verbal di media sosial memberikan kontribusi pada sikap fans untuk lebih proaktif membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini terkait klub.” menunjukkan skor total 341 dengan persentase 85,25%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa sebuah tindakan agresi verbal yang tersebar di media sosial memberikan kontribusi pada sikap fans untuk lebih proaktif dalam membela dan mempertahankan kebenaran yang diyakininya.
2. Pada item pernyataan “Fans Manchester United, setelah terpapar dengan tindakan agresi verbal di akun X @idextratime, cenderung lebih aktif dalam membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini.” Menunjukkan skor total 333 dengan persentase 83,25%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa fans klub sepak bola Manchester United cenderung lebih aktif dalam membela dan mempertahankan keyakinan nya dalam merespons tindakan agresi verbal yang dilakukan oleh akun X @ idextratime.

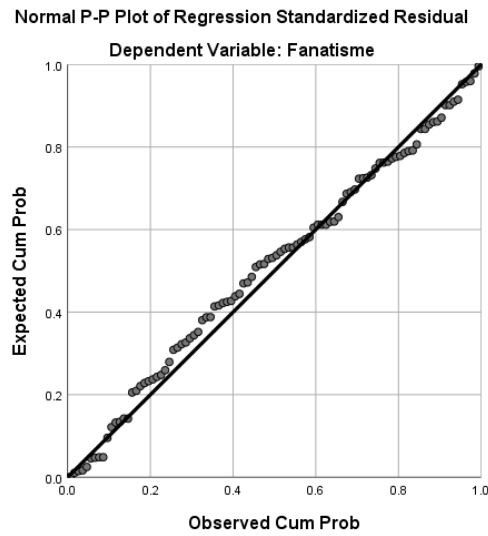
4.3.2 Methods of Successive Interval

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data ordinal dalam skala likert hingga data yang didapatkan tersebut di transformasikan terlebih dahulu ke skala interval dengan menggunakan MSI melalui program *Statistics* Microsoft Excel.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menentukan apakah residual yang dihasilkan dari regresi memiliki distribusi normal atau tidak. One Simple Kolomogros Smirnov digunakan dalam uji normalitas penelitian ini untuk memastikan nilai residu regresi berdistribusi normal. Uji ini menggunakan software IBM SPSS 26. Uji P-P plot adalah uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini dan didapatkan hasil sebagai berikut :



Gambar 4.16 Hasil Uji Normalitas P-P plot

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2024

Berdasarkan uji P-P plot, untuk mengukur apakah nilai residual berdistribusi dengan normal atau tidak, dapat dilihat berdasarkan titik yang muncul pada gambar diatas. jika titik-titik tersebut mengikuti garis atau tidak melenceng jauh dari garis diagonal, maka data tersebut normal. Sedangkan, jika titik-titik tersebut melenceng jauh dan tidak mengikuti garis diagonal maka data tersebut tidak berdistribusi secara normal. Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa titik-titik sebaran data berada di dekat garis diagonal dan tidak melenceng jauh dari garis diagonal, sehingga data berdistribusi secara normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000

	Std. Deviation	2.15865391
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.046
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Gambar 4.17 Hasil Uji Normalitas Kolgomorov Smirnov

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji Kolgomorov Smirnov, didapatkan hasil signifikansi 0.200 . berdasarkan hasil tersebut, menunjukkan bahwa hasil signifikasin $0.200 > 0.05$ yang artinya data pada penelitian ini berdistribusi secara normal dan dapat lanjut ke tahapan teknis analisis data selanjutnya.

4.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dari satu residual ke residual lainnya. Uji heteroskedastisitas diuji menggunakan uji Gleiser dengan kriteria pengujian nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka berkesimpulan data tidak terjadi gejala hesteroskedastisitas. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan IBM SPSS 26 didapatkan hasil uji heteroskedastisitas Gleiser sebagai berikut :

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.872	.602		1.447	.151
	Media Sosial	-.040	.041	-.183	-.981	.329
	Agresi Verbal	.103	.059	.326	1.747	.084

a. Dependent Variable: ABS_RES

Gambar 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas Gleiser

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 4.15 dapat diketahui bahwa nilai Sig. dari masing-masing variabel adalah sebesar 0.329 untuk variabel Media Sosial, dan 0.084 untuk variabel Agresi Verbal. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan, bahwa model persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan nilai dari masing-masing variabel tidak signifikan, atau nilai Sig. lebih besar dari 0.05.

4.3.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan IBM SPSS 26. Apabila nilai tolerance value lebih tinggi daripada 0,100 dan nilai VIF lebih kecil daripada 10,00 daripada 10,00 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.772	.959		.805	.423		
	Media Sosial	.556	.065	.552	8.613	.000	.284	3.516
	Agresi Verbal	.628	.094	.428	6.675	.000	.284	3.516

a. Dependent Variable: Fanatisme

Gambar 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2024

Pada gambar 4.17 hasil uji multikolinearitas, dapat terlihat bahwa nilai tolerance value dari masing-masing variabel adalah 0.284 untuk variabel Media Sosial dan 0.284 untuk variabel Agresi Verbal. dan memiliki nilai VIF masing-masing variabel yaitu 3.516 untuk variabel Media Sosial dan Agresi Verbal. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pada kedua variabel penelitian memiliki nilai tolerance value lebih tinggi daripada 0,100 serta

memiliki nilai VIF dibawah 10.00 yang berarti kedua variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas.

4.3.3.4 Uji Linearitas

Uji Linearitas, Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen itu linear atau tidak. Hubungan linear dapat bersifat positif atau searah ataupun bersifat negatif yang artinya tidak searah. Uji linearitas merupakan uji prasyarat dalam analisis regresi. Kriteria pengujian dalam uji linearitas yaitu jika nilai $Sig.Linearitas > 0,05$ berkesimpulan Uji Linearitas Tidak tepenuhi dan nilai $Sig.Linearitas < 0,05$ berkesimpulan Uji Linearitas tepenuhi. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan IBM SPSS 26 didapatkan hasil uji heteroskedastisitas Gleiser sebagai berikut :

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Fanatisme * Media Sosial	Between Groups	(Combined)	3940.041	54	72.964	24.706	.000
		Linearity	3399.728	1	3399.728	1151.177	.000
		Deviation from Linearity	540.313	53	10.195	3.452	.000
	Within Groups		132.897	45	2.953		
	Total		4072.938	99			

Gambar 4.20 Hasil Uji Lineritas Variabel Media Sosial terhadap Fanatisme

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2024

Dari Tabel 4.18 di atas dapat dilihat hasil uji linieritas dari variabel Media Sosial terhadap Fanatisme memiliki Nilai $Sig.Linearitas 0.000$, Maka berkesimpulan Uji Linearitas tepenuhi.

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Fanatisme * Agresi Verbal	Between Groups	(Combined)	3797.524	46	82.555	15.887	.000
		Linearity	3258.806	1	3258.806	627.116	.000
		Deviation from Linearity	538.718	45	11.972	2.304	.002
	Within Groups		275.414	53	5.196		
	Total		4072.938	99			

Gambar 4.21 Hasil Uji Lineritas Variabel Agresi Verbal terhadap Fanatisme

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2024

Dari Tabel 4.19 di atas dapat dilihat hasil uji linieritas dari variabel Agresi Verbal terhadap Fanatisme memiliki Nilai Sig.Linearitas 0.000, Maka berkesimpulan Uji Linearitas terpenuhi.

4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh dari dua atau lebih variabel independen/variabel bebas Media Sosial (X1) dan Agresi Verbal (X2) terhadap variabel dependen/variabel terikat Fanatisme (Y). Hasil perhitungan regresi linear berganda dengan program SPSS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.772	.959		.805	.423
	Media Sosial	.556	.065	.552	8.613	.000
	Agresi Verbal	.628	.094	.428	6.675	.000

a. Dependent Variable: Fanatisme

Gambar 4.22 Analisis Uji Regresi Linear Berganda

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2024

Pada gambar 4.20 di atas dapat dijelaskan tentang persamaan regresi ganda pada penelitian ini. Adapun rumus persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta + a_1X_1 + a_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variable tak bebas

β = Konstanta

a_1, a_2 = Koefisien Regresi

X_1, X_2 = Variable bebas

Dari persamaan regresi di atas, maka kesimpulan yang dapat dijelaskan adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (α) sebesar 0,772 dengan tanda positif menyatakan bahwa apabila variabel Media Sosial dan Agresi Verbal dianggap konstan maka nilai Y adalah 0,772.
2. Persamaan Regresi Linear Berganda :

$$0,772 + 0,556 (X1) + 0,628 (X2)$$
3. Nilai Koefisien Regresi Variabel Media Sosial bernilai positif sebesar 0,556 maka memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1% Agresi Verbal akan menyebabkan kenaikan pada Fanatisme sebesar 0,556
4. Nilai Koefisien Regresi Variabel Agresi Verbal bernilai positif sebesar 0,628 maka memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1% Agresi Verbal akan menyebabkan kenaikan pada Fanatisme sebesar 0,628

Dapat disimpulkan dari pemaparan diatas, terlihat bahwa koefisien regresi dari variabel independen Media Sosial dan Agresi Verbal memiliki nilai positif terhadap variabel dependen Fanatisme, yang artinya semakin kuat tindakan agresi verbal di media sosial X (Twitter) akun @idextratime maka semakin meningkat fanatisme fans Manchester United pada.

4.3.5 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R Square) bertujuan untuk mengukur seberapa besar presentase pengaruh variabel independen atau bebas terhadap variabel dependen atau terikat dalam satuan persen pada sebuah model regresi penelitian. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.942 ^a	.887	.884	2.18079

a. Predictors: (Constant), Agresi Verbal, Media Sosial

Gambar 4.23 Analisis Uji Koefisien Determinasi

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2024

Berdasarkan tabel output SPSS “Model Summary” di atas, diketahui Nilai Adjusted R Square sebesar 0,884 maka memiliki arti bahwa Variabel Media Sosial

& Agresi Verbal memberikan sumbanagan pengaruh secara bersama sama sebesar 88,4 % terhadap Variabel Fanatisme dan sisanya 11,6 % dipengaruhi Variabel lain diluar penelitian ini.

4.3.6 Uji Hipotesis

4.3.6.1 Uji T

Uji T pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat pada sebuah penelitian. Dalam melakukan Uji T parsial pengambilan keputusan bisa dengan melihat nilai Sig. Penelitian ini menggunakan nilai signifikansi 5% atau 0,05 dengan kriteria :

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan $T \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan hipotesis alternatis (H_1) ditolak. Hal ini menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan $T \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak, dan hipotesis alternatis (H_1) diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Hasil uji T dalam penelitian ini dengan menggunakan IBM SPSS 26 adalah sebagai berikut :

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.772	.959		.805	.423
	Media Sosial	.556	.065	.552	8.613	.000
	Agresi Verbal	.628	.094	.428	6.675	.000

a. Dependent Variable: Fanatisme

Gambar 4.24 Analisis Uji Hipotesis (Uji T)

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas, maka pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut :

1. Pengujian Media Sosial (X1) terhadap Fanatisme (Y)

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah diketahui t_{hitung} 8,613 dan t_{tabel} pada 100 responden dengan tingkat signifikansi 0,05% adalah 1,984. Maka dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} 8,613 > t_{tabel} 1,984. Selain itu, diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, variabel Media Sosial (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Fanatisme (Y).

2. Pengujian Agresi Verbal (X2) terhadap Fanatisme (Y)

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah diketahui t_{hitung} 6,675 dan t_{tabel} pada 100 responden dengan tingkat signifikansi 0,05% adalah 1,984. Maka dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} 6,675 > t_{tabel} 1,984. Selain itu, diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, variabel Agresi Verbal (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Fanatisme (Y).

4.3.6.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menegaskan apakah terdapat dampak yang signifikan antara variabel independen dan dependen secara bersamaan atau simultan. Sebelum melaksanakan uji ini, perlu menentukan nilai t_{hitung} yang akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan kriteria :

1. Jika nilai signifikansi > 0,05 dan $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H0 diterima dan hipotesis alternatif (H1) ditolak. Hal ini menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y
2. Jika nilai signifikansi < 0,05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H0 ditolak, dan hipotesis alternatif (H1) diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Hasil uji F dalam penelitian ini dengan menggunakan IBM SPSS 26 adalah sebagai berikut :

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3611.619	2	1805.810	379.702	.000 ^b
	Residual	461.319	97	4.756		
	Total	4072.938	99			

- a. Dependent Variable: Fanatisme
- b. Predictors: (Constant), Agresi Verbal, Media Sosial

Gambar 4.25 Analisis Uji Hipotesis (Uji F)

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas, diketahui f_{hitung} 379,702 dan t_{tabel} pada 100 responden dengan tingkat signifikansi 0,05% adalah 3,09. Maka dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} 379,702 > t_{tabel} 3,09. Selain itu, diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, variabel Media Sosial (X1) dan Agresi Verbal (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Fanatisme (Y).

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-R (Stimulus-Response) yang mengasumsikan bahwa perilaku manusia dapat dijelaskan sebagai respons langsung terhadap rangsangan eksternal (stimulus). Teori S-R, yang berasal dari ilmu psikologi behavioris, menyatakan bahwa ketika seseorang menerima stimulus tertentu dari lingkungannya, maka akan ada respons tertentu yang dihasilkan tanpa mempertimbangkan proses internal atau mental yang terjadi di antara stimulus dan respons tersebut. Dalam konteks komunikasi, teori ini menekankan pentingnya rangsangan eksternal dalam mempengaruhi perilaku individu. Dengan kata lain, setiap pesan atau informasi yang diterima oleh individu diharapkan dapat memicu respons tertentu dari mereka. Menurut (Watson, 1924) dan (Skinner, 1953), perilaku manusia dapat diprediksi dan dikendalikan melalui pengaturan stimulus yang diberikan. Dalam penelitian ini, akun media sosial @Idextratime dan agresi verbal yang dilakukan akun tersebut bertindak sebagai stimulus yang memberikan berbagai konten terkait Manchester United, baik berupa berita, analisis, maupun komentar-komentar yang bisa memicu berbagai respons dari para pengikutnya. Respons ini bisa berupa reaksi emosional seperti kegembiraan, kekecewaan, kemarahan, atau bahkan tindakan nyata seperti komentar balik, berbagi informasi, atau tindakan fanatisme.

Para pengikut akun @Idextratime pada penelitian ini adalah bagian dari sistem S-R, di mana mereka bertindak sebagai penerima stimulus. Setiap konten yang diunggah oleh akun @Idextratime berfungsi sebagai stimulus yang diharapkan mampu memicu reaksi atau respons khusus dari para pengikutnya. Respons tersebut bisa bermacam-

macam, tergantung pada jenis stimulus yang diberikan. Misalnya, unggahan tentang kemenangan Manchester United bisa memicu respons positif seperti rasa bangga atau kegembiraan, sementara unggahan tentang kekalahan atau kritik terhadap tim bisa memicu respons negatif seperti kekecewaan atau kemarahan. Lebih lanjut, teori S-R juga membantu kita memahami bagaimana pola-pola komunikasi di media sosial dapat memperkuat fanatisme di antara penggemar sepak bola. Ketika penggemar terus-menerus terpapar oleh konten yang memicu respons emosional kuat, baik positif maupun negatif, hal ini dapat memperkuat keterikatan emosional mereka dengan tim. Misalnya, postingan yang memuji kemenangan besar atau momen bersejarah bagi tim dapat memperkuat rasa bangga dan loyalitas penggemar, sementara postingan yang mengecam kekalahan atau keputusan kontroversial dapat memperkuat rasa frustrasi dan agresi.

Dalam konteks yang lebih luas, teori S-R memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami interaksi antara media dan audiens dalam era digital. Media sosial, dengan kemampuannya untuk menyebarkan informasi secara cepat dan luas, berfungsi sebagai sumber stimulus yang kuat yang dapat mempengaruhi perilaku jutaan pengguna. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang pengaruh stimulus media sosial dan agresi verbal mempengaruhi respons individu adalah kunci untuk mengelola dampak sosial dari teknologi komunikasi modern. Hal ini tidak hanya membantu kita memahami fenomena fanatisme dan agresi verbal dalam konteks sepak bola, tetapi juga menawarkan panduan praktis bagi pengelola media sosial dan klub sepak bola untuk menciptakan lingkungan komunikasi yang lebih positif dan konstruktif bagi penggemar mereka.

4.4.1 Pengaruh Media Sosial (X1) terhadap Fanatisme (Y)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel (X1) yaitu Media Sosial (Mayfield, 2008) terdiri dari partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, saling terhubung. Pada variabel Media Sosial (X1) terdapat sembilan pernyataan dengan jumlah skor 3,098 dengan presentase skor sebesar 85,056%, presentase tersebut termasuk ke dalam skor sangat tinggi. Berdasarkan analisis deskriptif, sub variabel partisipasi memiliki skor tertinggi dengan nilai presentase sebesar 85,125%, sub variabel keterbukaan memiliki skor tertinggi dengan nilai presentase sebesar 86,125%, sub variabel percakapan memiliki skor tertinggi dengan nilai presentase sebesar 85,25%, sub variabel komunitas memiliki skor tertinggi dengan

nilai presentase sebesar 85,250%, sub variabel saling terhubung memiliki skor tertinggi dengan nilai presentase sebesar 86,875%. Dari ke lima sub variabel tersebut apabila dipresentasikan dalam garis kontinum berada pada kategori skor yang sangat tinggi.

Berdasarkan Uji Hipotesis (Uji T) pengujian Media Sosial (X1) terhadap Fanatisme (Y) mendapatkan nilai t_{hitung} 8,613 dan t_{tabel} pada 100 responden dengan tingkat signifikansi 0,05% adalah 1,984. Maka dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} 8,613 > t_{tabel} 1,984. Selain itu, diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, variabel Media Sosial (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Fanatisme (Y).

Penelitian terdahulu dijelaskan bahwa menurut Shirky (Nasrullah, 2016:11), media sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan berbagi, bekerja sama di antara pengguna dan melakukan tindakan kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Disisi lain Mieke dan Young mengartikan kata sosial media sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Selain itu, media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Hal tersebut relevan dengan teori S-R (*Stimulus, Response*) yang mengasumsikan bahwa stimulus atau rangsangan dari media, baik yang bersifat verbal maupun non-verbal, diharapkan mampu memicu reaksi atau respons yang khusus dari individu atau audiens, Menurut (Efendy, 2003).

4.4.2 Pengaruh Agresi Verbal (X2) terhadap Fanatisme (Y)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel (X2) yaitu Agresi Verbal (Buss & Perry ,1992) terdiri dari terlibat dalam berdebat atau memperlihatkan ketidaksukaan dan ketidaksetujuan, menyebarkan gosip, bersikap sarkastis. Pada variabel Agresi Verbal (X2) terdapat enam pernyataan dengan jumlah skor 2,012 dengan presentase 83,83% , presentase tersebut termasuk ke dalam skor sangat tinggi. Berdasarkan analisis deskriptif, sub variabel terlibat dalam berdebat atau memperlihatkan ketidaksukaan dan ketidaksetujuan memiliki skor tertinggi dengan nilai presentase sebesar 83,375%, sub variabel menyebarkan gosip memiliki skor tertinggi dengan nilai presentase sebesar 83,5%, sub variabel bersikap sarkastis memiliki skor tertinggi dengan nilai presentase sebesar 84,625%, dari ketiga sub

variabel tersebut apabila dipresentasikan dalam garis kontinum berada pada kategori skor yang sangat tinggi.

Berdasarkan Uji Hipotesis (Uji T) pengujian Agresi Verbal (X2) terhadap Fanatisme (Y) mendapatkan nilai t_{hitung} 6,675 dan t_{tabel} pada 100 responden dengan tingkat signifikansi 0,05% adalah 1,984. Maka dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} 6,675 > t_{tabel} 1,984. Selain itu, diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, variabel Agresi Verbal (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Fanatisme (Y).

Agresi verbal tidak menyebabkan luka fisik, tetapi korban dapat merasakan efeknya secara psikologis dan berubah perilaku. Agresi verbal mencakup aspek motorik yang melibatkan menyakiti dan merugikan orang lain melalui ungkapan verbal. Contohnya termasuk berdebat untuk menunjukkan ketidaksetujuan atau tidak suka, menyebarkan gosip, dan kadang-kadang menunjukkan sikap sarkasme (Buss & Perry, 1992). Dampak ataupun pengaruh yang terjadi pada pihak pertama yaitu para followers akun @widextratime, pada dasarnya merupakan suatu reaksi dari stimulus yang diberikan oleh admin akun tersebut. Perilaku agresi verbal yang dilakukan oleh akun @idextratime seringkali dipicu oleh karakteristik konten yang disebar. Terlebih lagi, adanya pola interaksi yang memperkuat dan mempertahankan sikap agresif antara akun @idextratime dengan pengikutnya juga turut berperan dalam memicu agresi verbal. Informasi informasi yang disebar oleh akun @idextratime yang mengandung agresi verbal seperti menyebarkan gosip, dan bersikap sarkastis, serta dapat merangsang atau mendorong para pengikut lainnya untuk melakukan sebuah respons yang negatif. Stimulus pada penelitian ini adalah sebuah pesan agresi verbal pada akun @idextratime.

4.4.3 Pengaruh Variabel independent Media sosial (X1), Agresi verbal (X2) secara simultan terhadap Fanatisme (Y)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel (Y) yaitu Fanatisme (Eliani, 2018) terdiri dari rasa antusiasme yang ekstrim, ketertarikan emosi dan rasa cinta, berlangsung dalam waktu yang lama, menganggap hal yang mereka yakini adalah benar, membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini. Pada variabel Fanatisme (Y) terdapat sembilan pernyataan dengan jumlah skor 3,028 dengan presentase skor sebesar 84,11%, presentase tersebut termasuk ke dalam skor sangat tinggi. Berdasarkan analisis deskriptif, sub variabel rasa antusiasme yang ekstrim

memiliki skor tertinggi dengan nilai presentase 83,125%, sub variabel ketertarikan emosi dan rasa cinta memiliki skor tertinggi dengan nilai presentase 84,875%, sub variabel berlangsung dalam waktu yang lama memiliki skor tertinggi dengan nilai presentase 84,25%, sub variabel menganggap hal yang mereka yakini adalah benar memiliki skor tertinggi dengan nilai presentase 84,125%, sub variabel membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini memiliki skor tertinggi dengan nilai presentase 84,25%. Dari ke lima sub variabel tersebut apabila dipresentasikan dalam garis kontinum berada pada kategori skor yang sangat tinggi.

Berdasarkan Uji Hipotesis (Uji F) pengujian variabel independen Media Sosial (X1) dan Agresi Verbal (X2) secara simultan terhadap variabel Fanatisme (Y) mendapatkan nilai f_{hitung} 379,702 dan t_{tabel} pada 100 responden dengan tingkat signifikansi 0,05% adalah 3,09. Maka dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} 379,702 > t_{tabel} 3,09. Selain itu, diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, variabel Media Sosial (X1) dan Agresi Verbal (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Fanatisme (Y).

Hal ini membuktikan bahwa memang terdapat pengaruh dari media sosial dan agresi verbal secara simultan terhadap fanatisme pada fans Manchester united di akun X (Twitter) @idextratime. Adanya pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen ini menandakan bahwa faktor-faktor eksternal seperti media sosial dan agresi verbal memiliki peran yang signifikan dalam membentuk dan memperkuat fanatisme di kalangan pengikut klub sepakbola salah satunya fans Manchester united. Fenomena ini menunjukkan bagaimana eksposur yang berlebihan terhadap konten-konten yang membangkitkan emosi negatif di media sosial dapat merangsang respon fanatisme yang lebih intens. Selain itu, agresi verbal yang tersebar di platform-platform daring juga turut memperkuat siklus fanatisme dengan menciptakan lingkungan di mana norma-norma negatif diterima dan diperkuat. Akun X @idextratime menjadi ajang di mana fanatisme dapat tumbuh subur, terutama ketika pengguna terpapar pada tekanan-tekanan sosial dan opini-opini yang menguatkan sikap fanatik mereka. Oleh karena itu, penting bagi pengelola platform media sosial dan pengguna untuk lebih berhati-hati dalam memoderasi dan mengonversasi diskusi yang terjadi di dalamnya, guna mencegah eskalasi fanatisme yang dapat berdampak negatif baik secara individu maupun komunitas di media sosial.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat menjawab identifikasi masalah yaitu adanya Pengaruh media sosial serta agresi verbal yang terjadi pada akun X @idextratime terhadap fanatisme para pendukung Manchester United secara positif dan dapat dikategorikan kuat. Hal ini dapat dibuktikan melalui hasil Uji Hipotesis (Uji T) pengujian Media Sosial (X1) terhadap Fanatisme (Y) mendapatkan nilai $t_{hitung} 8,613 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Uji Hipotesis (Uji T) pengujian Agresi Verbal (X2) terhadap Fanatisme (Y) mendapatkan nilai $6,675 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Selain itu, Berdasarkan Uji Hipotesis (Uji F) pengujian variabel independen Media Sosial (X1) dan Agresi Verbal (X2) secara silmutan terhadap variabel Fanatisme (Y) mendapatkan nilai $t_{hitung} 379,702 > t_{tabel} 3,09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Ketiga variabel yaitu variabel independen Media Sosial (X1) Agresi Verbal (X2) dan variabel dependen Fanatisme (Y) berhubungan secara positif dan pengaruh variabel yaitu 88,4 % terhadap Variabel Fanatisme dan sisanya 11,6 % dipengaruhi Variabel lain diluar penelitian ini.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

Saran untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama, disarankan untuk menggunakan teori lainnya yang relevan dan metode penelitian kualitatif. Hal ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam dari pembahasan penelitian, maupun meneliti literatur selain investigasi sehingga kekurangan yang ada pada penelitian ini dapat teratasi.

5.2.2 Saran Praktis

1. Fokus pada penyampaian informasi yang membangun, seperti pencapaian tim, cerita inspiratif tentang pemain, dan kontribusi sosial klub. Ini dapat membantu mengurangi tingkat agresi verbal dan memperkuat fanatisme positif di kalangan penggemar.

2. Disarankan ujaran agresi verbal yang terdapat di media sosial X (Twitter) akun @idextratime seperti menyebarkan gosip dan bersikap sarkatis dapat berkurang dengan cara untuk admin yang mengelola akun tersebut, dapat disortir kembali informasi informasi yang layak yang layak dan tidak layak untuk dipublikasikan. Selain itu, perlu juga adanya edukasi dan kesadaran kepada pengguna mengenai dampak negatif dari ujaran agresi verbal serta pentingnya mengadopsi sikap yang lebih bertanggung jawab dan empati dalam berinteraksi di platform media sosial.
3. Apabila masih terdapat *tweet* berbau agresi verbal, untuk para *followers* maupun fans klub sepakbola diharapkan untuk merespons dengan tenang dan bijaksana, fokus pada argumment atau fakta yang mendukung menurut pandangan anda.

DAFTAR PUSTAKA

- Sucipto, dkk. (2000). Sepakbola. Jakarta. Departemen Pendidikan Nasional.
- Vembria Rose Handayani¹, N. P. P. (2019). FANATISME DAN AGRESIVITAS SUPORTER KLUB SEPAK BOLA. Universitas Gunadarma, 7(2), 28–35.
- Tiyanto, R. I. S., Pramono, H., & Hartono, M. (2019). Phenomenology of Communication Behavior of Football Supporters in Giving Support in Brebes Regency , Central Java , Indonesia. 7(1), 31–40.
- Dr. Bannet N.B Silalahi, M.A. (1983). *Perencanaan Pembinaan Tenaga Kerja Perusahaan* . Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Stuart-Hamilton, I. (2012). *The psychology of ageing: An introduction*. Jessica Kingsley Publishers.
- Schneider, F. (2005). *Shadow Economies of 145 Countries all over the World: What do we really know?* (No. 2005-13). CREMA Working Paper.
- Sage, G. H. (1990). Power and Ideology in American Sport: A Critical Perspective. Champaign, IL.: Human Kinetics Publishers, Inc.
- Graber, D. A. (1993). Making campaign news user friendly: The lessons of 1992 and beyond. *American Behavioral Scientist*, 37(2), 328-336.
- Harian Super Soccer (2011, Juli 7). Arti suporter sebagai pemain ke duabelas. Dikutip dari <http://www.supersoccer.co.id/2011/06/07> arti suporter sebagai pemain ke duabelas.
- Anam, Khoirul. (2016). Pembelajaran Berbasis Inkuiri. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Muslich, M. (2017). Hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada supporter Lazio di Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(2), 1-7.
- Effendy. 2003. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Netherlands: SAGE Publications, Ltd.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nia, L., & Loisa, R. (2019). Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga). *Prologia*, 3(2), 489-497.
- Lutia, J. M., & Mayangsari, I. D. (2019). Pengaruh New Media Terhadap Motivasi Berdonasi Melalui Rumah Zakat Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 6(2).

- Aditya, R. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Riau Vol 2(2)*; 2-3.
- Mayfield, A. (2008). What is social media.
- Arifiyanti, H. N., Awaluddin, M., & Sabri, L. M. (2014). Analisis Ruang Terbuka Hijau Kota Semarang Dengan Menggunakan Sistem Informasi Geografis. *Jurnal Geodesi Undip*, 3(1).
- Salwen, M.B., Garrison, B., Driscoll, P.D. 2005. *Online News and The Public*. London: Lawrence Erlbaum Associates
- Giulianotti, R. (2002). Supporters, followers, fans, and flaneurs: A taxonomy of spectator identities in football. *Journal of sport and social issues*, 26(1), 25-46.
- Ahmadi, G., & Ma, D. (1990). A thermodynamical formulation for dispersed multiphase turbulent flows—1: Basic theory. *International Journal of Multiphase Flow*, 16(2), 323-340.
- Udayana, J. P. (2018). Hubungan fanatisme dan konformitas terhadap agresivitas verbal anggota komunitas suporter sepak bola di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 5(1), 132-144.
- Smith, S., Fisher, D., & Cole, S. J. (2007). The lived meanings of fanaticism: Understanding the complex role of labels and categories in defining the self in consumer culture. *Consumption Markets & Culture*, 10(2), 77-94.
- Achmad Mubarak. (2002). *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Pustaka Firdaus
- Kurniasari, L. (2013). Fanatisme terhadap sns di kalangan anggota komunitas soshi fans java (Studi Etnografi Tentang Fanatisme di Kalangan Anggota Komunitas Soshi Fans Java Terhadap Girlband SNSD). 182.
- Hunt, K. A., Bristol, T., & Bashaw, E. R. (1999). A Conceptual Approach to Classifying Sport Fans. *Journal of Services Marketing*, 13(6), 439–452
- Goddard. (2001). *Mencari Akar Fanatisme Ideologi, Agama Atau Pemikiran*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Eliani, J., Yuniardi, M., & Masturah, A. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 59-72. doi:<https://doi.org/10.21580/pjpp.v3i1.2442>
- Baron, R.A. dan Byrne, D. (2005). *Psikologi sosial*. Edisi kesepuluh: jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Buss, A. H., & Perry, M. (1992). The aggression questionnaire. *Journal of personality and social psychology*, 63(3), 452.
- 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*, 4(3), 81-110.

- Dayakisni, Tri & Hudaniah. (2009). Psikologi sosial. Malang: UMM Press.
- MAYANGSARI, R. D. (2014). PENGARUH MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP MINAT BACA BERITA ONLINE FOLLOWER AKUN@DETIKCOM DI PEKANBARU. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 1(1), 1-13.
- Febriany, S. F., Santi, D. E., & Ananta, A. (2022). Agresi verbal di media sosial pada remaja penggemar K-Pop: Bagaimana peranan fanatisme?. *INNER: Journal of Psychological Research*, 1(4), 194-200.
- Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal penelitian psikologi*, 3(1), 59-72.
- Tirtawijaya, H. (2022). *Pengaruh Fanatisme terhadap Tingkat Agresi Verbal Penggemar K-pop dalam Media Sosial* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Handoko, A., & Ali, M. (2021). Hubungan Fanatisme Suporter Sepakbola terhadap Agresi Gubernur Cup di Provinsi Jambi. *Jurnal Pion*, 1(1), 34-43.
- DeGroot, J. M., Young, V. J., & VanSlette, S. H. (2015). Twitter use and its effects on student perception of instructor credibility. *Communication Education*, 64(4), 419-437.
- Kumar, R. (2021). Verbal Aggression on Social Media: How, why and its Automatic Identification.
- Altungul, O., & Karahüseyinoglu, M. F. (2017). Determining the Level of Fanaticism and Football Fanship to University Athletes. *Journal of Education and Training Studies*, 5(11), 171-176.
- Jones, I. (1998). Football fandom: Football fan identity and identification at Luton Town Football Club.
- Alshehri, A. (2016). *The effect of increasing awareness about the use of social media on sport fanaticism for Saudi soccer fans* (Doctoral dissertation, Middle Tennessee State University).
- Hariyani, I. (2016). Peran Jaringan Sosial Pada Kampanye Lingkungan Di Media Sosial: Kasus Kampanye Melawan Asap. *Informasi*, 46(1), 87-100.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung

- Sugiyono, (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Uma Sekaran, (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Faizah, S. N. (2017). Hakikat Belajar Dan Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*. 1(2) : 1-9.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta. PT. Rineka Cipta.
- Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, Dwi. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Ithenticate

Check Plagiarism_Skripsi_Muhammad Rizki Fadilah copy

ORIGINALITY REPORT

23% SIMILARITY INDEX	22% INTERNET SOURCES	12% PUBLICATIONS	12% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	laakfkb.telkomuniversitas.ac.id Internet Source	2%
2	repository.stei.ac.id Internet Source	1%
3	123dok.com Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
5	dspace.uui.ac.id Internet Source	1%
6	core.ac.uk Internet Source	<1%
7	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1%
8	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	<1%
9	docplayer.info Internet Source	<1%

Lampiran 2 Kuesioner



IDEXTRATIME

KUISONER PENELITIAN PENGARUH TINDAKAN AGRESI VERBAL PADA AKUN TWITTER @IDEXTRATIME TERHADAP SIKAP FANATISME FANS MANCHESTER UNITED

Kuisoner Penelitian pengaruh tindakan agresi verbal pada akun twitter @idextratime terhadap sikap fanatisme Fans Manchester United

Dalam rangka Penyelesaian Skripsi. Saya bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh akun Twitter @idextratime dan Agresi verbal media sosial terhadap Fanatisme Fans klub sepakbola Manchester United".

Kuisoner ini bertujuan untuk memahami sejauh mana perilaku agresi verbal dalam media sosial, khususnya di Twitter, dapat memengaruhi sikap dan perilaku fanatisme penggemar. Partisipasi Anda sangat berarti dalam menyumbangkan pandangan dan pengalaman pribadi untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang dinamika interaksi di media sosial dan dampaknya pada penggemar sepakbola.

Mohon isi kuisoner ini dengan jujur dan sepuh hati. Terima kasih atas partisipasi Anda!

** Indicates required question*

No	Variabel	Pertanyaan	Jawaban
1	Media Sosial	Saya selalu menggunakan Aplikasi Twitter/X	1 – 4
2	Media Sosial	Saya sebagai pengguna Twitter/X aktif berpartisipasi dalam berbagai aktivitas online, seperti retweet, like, dan komentar, yang	1 – 4

		menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi di platform ini.	
3	Media Sosial	Media sosial X dapat digunakan untuk berbagi hal dan sifatnya terbuka	1 – 4
4	Media Sosial	Saya bersikap terbuka terhadap ide atau pandangan yang berbeda di lingkungan online	1 – 4
5	Media Sosial	Tingkat percakapan di Twitter/X tercermin dari seberapa sering pengguna terlibat dalam diskusi atau dialog interaktif melalui tweet, balasan, dan retweet.	1 – 4
6	Media Sosial	Saya rasa komunitas online di Twitter memiliki rasa identitas yang kuat	1 – 4
7	Media Sosial	X menjadi ruang bagi berbagai komunitas untuk berbagi minat, ide, dan dukungan melalui tweet, retweet, dan berbagai bentuk interaksi lainnya.	1 – 4
8	Media Sosial	Saling terhubung di Twitter/X menciptakan atmosfer kolaboratif yang memungkinkan pengguna untuk merasakan	1 – 4