

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konstruksi Sosial

Berger menulis risalah teoritis utamanya, *The Social Construction Of Reality* (1966) bersama-sama dengan seorang sosiolog Jerman Thomas Luckman. Meskipun merupakan karya bersama tetapi teori yang di kembangkan di dalamnya telah pernah diketengahkan dalam karyanya yang lebih awal yaitu “*Invitation To Sociology*” (1963), dan dalam analisa lanjut yang sering di gunakan Berger. Karya ini sebenarnya merupakan dasar bagi tulisan Berger di kemudian hari, yang di persiapan sebagai bacaan populer terutama untuk kaum ilmuwan Sosial.¹⁵

Berger dan Luckman menyatakan realitas terbentuk secara sosial dan dengan pengetahuan (*sociology of knowledge*) yang harus menganalisa proses bagaimana hal itu terjadi. Mereka berpendapat bahwa pengetahuan dari dunia kehidupan sehari-hari sebagai kenyataan; dunia kehidupan sehari-hari menampilkan diri sebagai kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia. Oleh karenanya apa yang menurut manusia nyata ditemukan dalam kehidupan sehari-hari merupakan suatu kenyataan seperti yang dialaminya. Dunia kehidupan sehari-hari tidak hanya nyata tapi juga

¹⁵ Margaret M. Poloma, Sosiologi Kontemporer, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2004), hal 300.

bermakna. Kebermaknaannya adalah subjektif, artinya dianggap benar dan diterima sebagaimana persepsi manusia itu sendiri.¹⁶

Menurut Berger terdapat realitas kehidupan sehari-hari yang diabaikan, yang sebenarnya merupakan realitas yang lebih penting. Realitas ini dianggap sebagai realitas yang teratur dan terpola; biasanya diterima begitu saja dan non problematis, sebab dalam interaksi-interaksi yang terpola realitas yang samasama dimiliki oleh orang lain. Berger menggambarkan suatu proses sosial terjadi melalui individu dan tindakan, dimana individu-individu menciptakan suatu realitas secara terus-menerus yang dialami bersama secara subjektif. Manusia sebagai instrument yang dapat menciptakan suatu realitas sosial yang bersifat objektif dengan melalui proses eksternalisasi. Sebagaimana ia mempengaruhi dari proses internalisasi yang mencerminkan realitas subjektif.¹⁷

Berger menyebutkan ada 3 tahapan dalam proses konstruksi sosial, yaitu :

- 1) Eksternalisasi

Proses dimana individu melihat kenyataan sosial melihat realitas sosial, kemudian ia akan memahami sesuai dengan pemahaman subyektif dirinya. Pemahaman subyektif akan dipengaruhi oleh cadangan pengetahuan yang ada pada kepala atau pikiran seseorang

¹⁶ Putera Manuaba, , "Memahami Teori Konstruksi Sosial", Masyarakat, Kebudayaan, dan Politik, Tahun XXI (2001), No. 3, 2008, hal. 222

¹⁷ Margaret M Poloma, Sosiologi Kontemporer, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004, h. 301-302

tersebut. Individu akan memaknai realitas tersebut sesuai dengan kebiasaan-kebiasaan yang ada pada masyarakat. Misalnya seseorang sedang memegang sebuah benda, ia akan menyebutkan nama benda tersebut sesuai dengan cadangan pengetahuan yang ada pada dirinya berdasarkan pengalaman habitus yang ada dalam hidupnya. Penyebutan inilah yang dinamakan dengan makna subyektif pada individu, tetapi pada realitas benda itu sendiri memiliki realitas tersendiri. Realitas benda tidak tergantung pada realitas yang dikonstruksi oleh individu. Makna subyektif ini merupakan makna yang dilakukan oleh individu dalam masyarakat, kemudian individu-individu bertemu dan membentuk pemaknaan bersama yang disebut dengan makna kolektif.

2) Objektivasi :

ketika individu memahami realitas sosial, maka realitas sosial tersebut lepas dari individunya, dan dia berada diluar dari individu. Maka, menjadi sebuah kenyataan sosial tersendiri. Objektivasi ini merupakan sebuah kenyataan yang ada diluar individu tetapi objektivasi juga diproduksi oleh individu menjadi sebuah realitas tersendiri. Kemudian objektivasi memproduksi atau mempengaruhi individu.

Pada tahap objektivasi ini yaitu aktivitas individu dalam memahami produk-produk sosial masyarakat. Objektivasi juga

merupakan hasil yang telah dicapai dari kegiatan eksternalisasi baik berupa mental maupun fisik yang menghasilkan suatu realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada di luar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya.¹⁸ Dengan begitu individu melakukan objektivasi objektivasi terhadap produk sosial baik penciptanya maupun individu lain.

Objektivasi artinya proses dimana pengetahuan dianggap sebagai benar maupun tidak dapat ditolak. Dimana perse tersebut merupakan suatu proses pertimbangan, ketika individu menerima pengetahuan yang telah sosialisasikan melalui eksternalisasi maka pengetahuan tersebut menjadi objektif atau benar. Disinilah objektivasi terbentuk dari realitas subjektif menjaadi realitas intersubjektif yang kemudian di objektivasi. Pada proses ini menunjukkan adanya perubahan sebuah proses konseptual yang diwujudkan dalam suatu realitas nyata dan menjadi bagian kehidupan individu. Hal tersebut menjadikan suatu realitas yang berulang-ulang oleh individu dalam kelompok tersebut.

3) Internalisasi

Proses internalisasi didapatkan melalui proses sosialisasi. Proses pembentukan realitas sosial terjadi seorang individu sebagai produk manusia menyebut realitas berdasarkan makna yang ia alami atau

¹⁸ Siti Rohmatul Fatimah, “*Konstruksi Sosial KeIslaman Pada Jamaah Majelis Taklim Mafiah Sholawat Di Semarang*”, Tesis Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi S-2 Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang , 2019, hal 55-56.

realitas itu berdasarkan kebiasaan-kebiasaan yang ia alami di kehidupan. Dalam proses internalisasi ini, individu mengidentifikasi diri dengan kelompok sosial tempat dimana ia menjadi anggota di dalamnya. Internalisasi juga merupakan suatu pemahaman secara langsung tentang suatu peristiwa atas realitas sosial yang objektif.¹⁹

Proses internalisasi merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga pandangan subjektif individu di pengaruhi oleh struktur dunia sosial.²⁰ Dalam hal ini internalisasi didapatkan melalui proses sosialisasi. dimana pemahaman-pemahaman yang terobjektifkan tersebut kemudian ditangkap sebagai realitas diluar kesadarannya, yang kemudian diterima dari cara mereka melihat dan memahami dunia sekitar. Proses internalisasi ini terjadi melalui ajaran-ajaran atau realitas yang terjadi di lingkungan sosial manusia.

Dalam budaya K-Pop misalnya, lingkungan sekitar memberikan suatu pengaruh atau pemahaman tentang perilaku yang ditunjukkan sebagai penggemar. Lingkungan sekitar membuat pola perilaku dengan menunjukkan aktivitas-aktivitas tentang K-Pop dalam penyampaian berinteraksi sosial. Hal tersebut mempengaruhi pola pikir siswi dan siswi akan menyerap pemahaman mengenai budaya K-Pop ke dalam

¹⁹ Siti Rohmatul Fatimah, Konstruksi sosial Keislaman pada Jamaah Majelis Taklim Mafia Sholawat di Semarang, Tesis Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Program studi S-2 Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo, hal 62.

²⁰ Eriyanto, Analisis Framing, Yogyakarta: LkiS, 2002, 17.

diri individu itu sendiri, dimana siswi dapat menimbulkan kesadaran subjektif dan memaknai aktivitasnya.

B. Budaya Korea (*Korean Wave*)

Budaya Korea atau yang biasa dikenal dengan *Korean Wave* merupakan salah satu budaya populer Korea yang disebarkan melalui media massa yang disebarkan melalui televisi serta jaringan internet dan dikenal oleh berbagai kalangan hingga berbagai penjuru Asia.²¹ Istilah *Korean Wave* diciptakan di China pada tahun 1999, oleh salah satu jurnalis asal Beijing yang terkejut pada popularitas budaya Korea di China yang berkembang pesat di bidang industri hiburan.²² Melalui berbagai macam produk yang ditawarkan, Korea mampu menarik perhatian masyarakat di berbagai kalangan. Bermula dari industri hiburan yaitu K-Pop dan K-Drama (Drama Korea) yang turut memperkenalkan pola hidup, sistem, hingga tradisi Korea yang mengawali era kebudayaan Korea dalam ranah Internasional. Dimulai dari serial drama, negara Korea Selatan sukses memperkenalkan kebudayaan dari negeri Ginseng tersebut. Masyarakat mulai mengenal berbagai macam produk khas korea dimulai dari makanan khas korea, *fashion style* khas Korea, kebiasaan dalam kehidupan sehari-

²¹ Desma Rina Mulia Sari, “Pengaruh Budaya K-WAVE (*Korean Wave*) Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Penyuka Budaya Korean Di Bandar Lampung”, skripsi, 2018, hal 22

²² Widarti, “Konformitas dan Fanatisme Remaja Kepada *Korean Wave*(Studi Kasus pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue)”, Vol. 7, No. 2, Jurnal Komunikasi, 2016, hal 15

hari yang ditampilkan dalam drama, hingga belajar berbahasa Korea (*hangeul*).²³

Kesuksesan Korea dalam mempromosikan drama Korea ini menjadi sebuah peluang besar bagi industri hiburan untuk mulai memperkenalkan Musik *K-Pop*. Pada akhir tahun 90-an saluran TV kabel Korea mulai merilis *music video* hingga diminati oleh banyak kalangan yang menghasilkan suatu penggemar. Musik *K-Pop* banyak dinikmati karena mengadaptasi musik barat yang diaransemen dengan musik Korea.²⁴ Selain keunikan musik K-Pop yang ditunjukkan, musik pop Korea didominasi dengan grup idola yang memiliki anggota lebih dari dua orang ataupun berbentuk kelompok. Boyband dan girlband melebarkan sayapnya dalam industri musik dengan menyanyikan lagu serta menarikan koreografi sehingga mampu bersaing di industri hiburan ranah global.²⁵

Budaya Korea mulai masuk di Indonesia, melalui sebuah acara yang bernama *Korea-Japan World Cup 2002* dimana negara Koreaa menjadi kekuatan empat besar dalam kompetisi persepakbolaan. Peristiwa tersebut menjadikan negara Korea semakin dikenal di penjuru dunia dan beberapa saluran TV di Indonesia mulai menayangkan film maupun drama Korea

²³ Asfira Rachmad Rinata dan Sulih Indra D, "*Fanatisme Penggemar KPOP Dalam Bermedia Sosial Di Instagram*", Vol. 8, No. 2, Malang: Interaksi, 2019, hal 13

²⁴ Nesya Amellita, "*Kebudayaan Populer Korea: Hallyu dan Perkembangannya di Indonesia*", Universitas Indonesia, 2010, h.26

²⁵ Desma Rina Mulia Sari, "*Pengaruh Budaya K-WAVE (Korean Wave) Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Penyuka Budaya Korean Di Bandar Lampung*", skripsi, 2018, hal, 23

yang menjadikan budaya *K-Pop* ini populer dan mendapatkan banyak penggemar.²⁶

Dalam menarik perhatian penggemar, budaya K-Pop memiliki daya tarik sendiri sehingga dengan cepat berhasil menguasai pasar Asia.²⁷ Dimulai dari serial drama yang memiliki beberapa genre yang berbeda-beda dan menyuguhkan alur cerita yang dramatik serta memiliki pesan yang mendalam di setiap temanya, jadi setiap penonton drama menjadi tertarik terus menerus untuk menontonnya.²⁸ Selain itu, baik K-drama maupun *Korean Movie* memiliki soundtrack lagu romantis yang dapat menyentuh emosi penonton dan menjadi daya tarik penonton untuk lebih mengetahui tentang musik pop Korea. Keunikan musik *K-Pop* yang mengaransemen lagu barat dan mencampurkan dengan musik khas Korea menjadikan musik *K-Pop* menarik untuk didengar.

C. Fanatisme

Fanatisme merupakan keyakinan atau paham yang terlalu kuat terhadap suatu ajaran (politik, agama dan sebagainya).²⁹ Menurut Seregina dkk, dikutip oleh Widarti, "*fanatisme merupakan suatu keyakinan dan pemahaman berupa kesetiaan, pengabdian, kecintaan yang berlebihan.*"³⁰

Hal ini diciptakan karena adanya pengaruh besar dari budaya modern dan

²⁶ Sufi Hindun Juwita, "*Tingkat Fanatisme Penggemar K-POP Dan Kemampuan Mengelola Emosi Pada Komunitas EXO-L Di Kota Yogyakarta*", Jurnal Rist, Vol.4, No.7, 2018, h 274

²⁷ Desma Rina Mulia Sari, "*Pengaruh Budaya K-WAVE (Korean Wave) Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Penyuka Budaya Korean Di Bandar Lampung*", skripsi, 2018, hal,23

²⁸ Ibid, Desma, 2018, hal,24

²⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, <https://kbbi.web.id/fanatik>, diakses pada 18 Mei 2019

³⁰ Widarti, "*Konformitas dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave(Studi Kasus pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue)*", Vol. 7, No. 2, Jurnal Komunikasi, 2016, h.13

lingkungan sekitar terhadap hubungan individu yang terjadi pada individu. Sementara menurut Eliani dkk (Asfira, 2019: 14), pengertian fanatisme adalah suatu keyakinan yang berlebih-lebihan pada suatu objek. Sikap fanatik biasanya ditunjukkan dengan adanya suatu aktivitas, rasa antusias yang ekstrim, keterikatan emosi dan rasa suka yang berlebihan dan dalam waktu yang lama.³¹

Fanatisme juga bisa dipahami sebagai obsesi dan pengabdian yang luar biasa terhadap suatu objek, yang mana pengabdian disini terdiri dari gairah, hubungan dan dedikasi yang melampaui rata-rata atau tidak biasa. Objek disini bisa berupa orang, produk barang, acara televisi, makanan, dan lainnya.³² Misalnya terobsesi dengan sebuah produk barang yang bermerk yang dapat menunjukkan perilaku fanatik seperti perilaku konsumtif membeli barang yang diinginkan dengan jumlah yang besar, ataupun orang seperti selebritas yang diidamkan.

Pengertian fanatisme berbeda dengan fanatik. Fanatisme memiliki arti sebagai ekspresi berlebihan yang menggambarkan kecintaan seseorang pada hal tertentu yang diyakini bahwa suatu hal yang diyakini merupakan suatu hal yang baik untuk dirinya, dimana ekspresi itu disadari maupun tidak. Sedangkan fanatik, adalah suatu perbuatan atau tindakan, serta

³¹ Asfira Rachmad Rinata, dan Sulih Indra Dewi, Fanatisme Penggemar KPOP Dalam Bermedia Sosial Di Instagram, Vol. 8, No. 2, Malang, Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2019, hal 14

³² Widarti, "Konformitas dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave (Studi Kasus pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue)", Vol. 7, No. 2, Jurnal Komunikasi, 2016, h.13

tingkah laku seseorang yang dilakukan secara antusias untuk memuaskan keinginannya. Fanatik merupakan suatu perwujudan dari fanatisme.³³

Fanatisme merupakan suatu paham atau kepercayaan yang diyakini secara berlebihan pada suatu hal yang disukai dan diekspresikan dengan cara berlebihan. Kepercayaan ini menimbulkan suatu keinginan yang berlebihan hingga mencapai batas kewajaran. Rasa keinginan ini seperti keinginan untuk memiliki apapun yang berkaitan dengan sesuatu yang disukai. Hal ini diwujudkan sebagai bentuk ekspresi berlebihan dalam menggambarkan kecintaan pada suatu objek yang dianggap sebagai suatu hal yang terbaik baginya. Fanatisme akan muncul pada komunitas-komunitas penggemar yang menunjukkan tingkah laku fanatik pada apa yang mereka sukai. Biasanya perilaku fanatisme penggemar Korea ini akan tampak ketika mereka berinteraksi dengan sesama penggemar Korea.

Perilaku Fanatisme

Perilaku merupakan aktivitas maupun kegiatan seseorang dimana aktivitas tersebut bisa diamati ataupun tidak bisa diamati oleh orang lain. Seorang individu berperilaku dikarenakan adanya suatu kebutuhan untuk mencapai suatu tujuan. Dengan memiliki kebutuhan tersebut menjadikan suatu penggerak bagi individu untuk melakukan aktivitas yang digunakan untuk mencapai tujuannya.³⁴ Dalam hal ini, perilaku manusia tersebut

³³ Arfina Rafsanjani, "Analisis Perilaku Fanatisme Penggemar Boyband Korea (Studi Pada Komunitas Safer Dance Club)", Skripsi, 2014, hal 16

³⁴ Okta Nofri dan Andi Hafifah, "Analisis Perilaku Konsumen Online Shopping di Kota Makassar", Vol.5, No. 1, Sulawesi Selatan : MINDS, 2018, hal 115

dapat membentuk pola aktivitas seseorang yang dilakukan dan juga dapat mempengaruhi bentuk ruang aktivitas tersebut.

Perilaku individu didefinisikan sebagai tindakan yang dilakukan seseorang secara sadar dan bukan tindakan spontan sebagai suatu respon individu terhadap lingkungan sosialnya. Menurut Lawrence Green, manusia berperilaku tentunya dikarenakan memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi adanya perilaku tersebut. Faktor yang mempengaruhi ini seperti adanya faktor pendukung, faktor pengaruh, dan faktor pendorong. Dimana beberapa faktor tersebut memberikan peran dalam seseorang melakukan suatu perilaku.³⁵ Hal itulah yang mempengaruhi bentuk perilaku manusia.

Perilaku manusia dalam interaksi sosial dilihat dari respon atau tanggapan (reaksi mekanis yang bersifat otomatis) dari sejumlah stimulus atau rangsangan yang muncul dalam interaksi tersebut. Reaksi mekanis dan otomatis seperti itu kerap terjadi dalam interaksi antar individu tertentu.³⁶ Respon atau reaksi tersebut secara spontan dapat memunculkan suatu tindakan baik disadari maupun tidak pada setiap individu.

Fanatisme merupakan suatu paham atau kepercayaan seseorang secara berlebihan pada objek yang disukai. Sedangkan fanatik, merupakan sebuah ekspresi kecintaan seseorang berupa suatu tindakan yang dilakukan secara

³⁵ Aulia Shabrinawati dan Djoko suwandono, “*Kajian Perilaku Masyarakat Terhadap Keterbatasan Lahan Parkir pada Kawasan Komersial di Koridor Jalan Tlogosari Raya Kota Semarang*”, RUANG, Vol.2., No.4, 2016, 253-262

³⁶ I.B Wirawan, *Teori-Teori Sosial dalam Tiga Paradigma*, (Jakarta, Kencana Prenadamedia Grup) 2012, hal 169

antusias pada objek yang disukai untuk memuaskan keinginannya. Maka, perilaku fanatisme adalah suatu tindakan yang dilakukan individu atau lebih secara sadar yang didasari oleh kepercayaan atau keyakinan pada suatu objek secara berlebihan.

D. Remaja

Papalia dan Olds menjelaskan, “berpendapat bahwa masa remaja merupakan masa antara kanak-kanak dan dewasa yang umumnya dimulai usia 12 atau 13 tahun dan berakhir pada usia akhir belasan tahun atau awal dua puluh tahun”.³⁷ Usia remaja merupakan usia dimana seseorang dalam fase perkembangan atau dalam proses mencari identitas diri yang berusaha membangun interaksi yang bersifat baru sehingga mudah terpengaruh oleh segala hal yang baru di sekitarnya.³⁸

Remaja dalam bahasa Latin (*adolescence*) yang berarti tumbuh mencapai kematangan. Masa remaja merupakan suatu proses dimana dianggap berbahaya. Dalam masa remaja, seseorang mulai meninggalkan identitas sebagai seorang anak-anak menuju dewasa. Pada periode itu dirasa sebagai suatu periode krisis karena belum adanya pegangan pada diri seorang remaja, sedangkan kepribadiannya sedang mengalami

³⁷ Widarti, “Konformitas dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave (Studi Kasus pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue)”, Vol.7., No. 2, Jurnal Komunikasi, 2016, h. 14

³⁸ Muhammad Khairil dkk, “Efek Ketergantungan Remaja K-Popers terhadap Media Sosial di Kota Palu”, Vol. 4, No. 1., Jurnal ASPIKOM, 2019, hal 17

pertumbuhan. Dalam masa itu, usia remaja masih diperlukan adanya bimbingan, terutama dari orangtuanya.³⁹

Remaja biasa disebut sebagai proses pencarian jati diri seseorang yang mana sering mengalami fase ketidakstabilan emosi. Pada masa ini sering terjadi ketegangan emosi yang tidak tentu. Banyaknya pengaruh lingkungan sosial dan kurangnya persiapan diri dalam menghadapi kondisi baru inilah yang menyebabkan ketidakstabilan emosi pada masa remaja, sehingga fase remaja ini sering diberi julukan labil.⁴⁰

Dari tinjauan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa remaja merupakan seseorang yang sedang dalam masa pertumbuhan dari anak-anak untuk menuju ke dewasa. Fase remaja juga disebut sebagai fase proses pencarian identitas diri yang mana mereka baru mengenal, mempelajari dan mudah terpengaruhi oleh suatu kondisi yang baru dalam hidupnya. Hal itulah yang mengakibatkan usia remaja cenderung memiliki ketidakstabilan emosi atau sering disebut labil. Rata-rata seorang remaja berusia kisaran 12 tahun hingga dua puluhan awal. Remaja memiliki karakteristik labil, ketidakstabilan emosi, dan sedang dalam proses pencarian jati diri. Oleh karenanya, pada fase ini remaja mudah terpengaruh oleh sesuatu hal yang baru seperti halnya budaya Korea. Hal inilah yang menunjukkan kebanyakan penggemar Korea adalah berusia

³⁹ Soerjono Soekanto, Sosiologi Suatu Pengantar, Revisi 45, (Jakarta: Rajawali Pers), 2013, hal 328

⁴⁰ Sufi Hindun Juwita, 2018, Tingkat Fanatisme Penggemar K-POP Dan Kemampuan Mengelola Emosi Pada Komunitas EXO-L Di Kota Yogyakarta, Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling, Volume 4, Nomer 7, hal 275

remaja. Oleh karena itu penelitian ini memfokuskan pada remaja sebagai subyek yang akan diteliti.

E. Dampak

Menurut KBBI, dampak merupakan benturan, pengaruh yang memunculkan akibat baik berupa positif maupun negatif. Pengaruh merupakan daya yang terdapat pada sesuatu, baik orang maupun benda yang dapat membentuk perbuatan seseorang. Adanya pengaruh merupakan suatu keadaan dimana hubungan sebab-akibat antara apa yang mempengaruhi dan dipengaruhi.⁴¹ Secara sederhana, dampak diartikan sebagai akibat dari pengaruh. Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh seorang individu biasanya memiliki dampak yang diakibatkan. Dampak ini bisa berupa dampak baik (positif) maupun dampak buruk (negatif).

Dampak positif adalah pengaruh yang kuat dimana dapat menimbulkan akibat positif. Dalam hal ini dampak sebagai hasrat untuk memberi pengaruh, keyakinan, atau pemberian kesan pada individu lain dengan tujuan agar mereka dapat mendukung dan mengikuti keinginannya. Sedangkan, positif merupakan pertahanan jiwa seseorang melalui usaha-usaha yang sadar sesuatu akan terjadi agar dapat mempertahankan fokus mereka kearah positif dan tidak membelok kearah negatif. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian dampak positif merupakan keinginan seseorang untuk mempengaruhi

⁴¹ Suharso dan Retnoningsih, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Semarang : Widya Kraya, 2006, hal. 243

atau memberi kesan kepada orang lain dengan tujuan agar mereka mengikuti maupun mendukung hal yang positif.

Dampak buruk (negatif) merupakan pengaruh yang bersifat atau memunculkan suatu akibat yang negatif. Dampak negatif memiliki pengaruh besar dibandingkan dengan dampak positif. Maka dapat disimpulkan bahwa dampak negatif merupakan keinginan seseorang untuk mempengaruhi, mengikuti atau mendukung keinginan yang buruk kepada orang lain, yang mana hal tersebut dapat menimbulkan suatu akibat tertentu.