

**RESOLUSI KONFLIK *FANDOM K-POP* DALAM MENGHADAPI  
*FANWAR*  
(Studi Kasus *Fandom “CARAT” di Instagram*)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan  
(S.Pd.) Program Studi Pendidikan Sosiologi



Oleh  
**Nur Jinan Adzina**  
**NIM 1700300**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
2024**

**RESOLUSI KONFLIK *FANDOM K-POP* DALAM MENGHADAPI  
*FANWAR*  
(Studi Kasus *Fandom “CARAT” di Instagram*)**

Oleh  
**Nur Jinan Adzina**  
**1700300**

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada Program Studi Pendidikan Sosiologi

© Nur Jinan Adzina 2024  
Universitas Pendidikan Indonesia  
2024

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak sebagian atau seluruhnya dengan cetakan  
ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa seizin peneliti

i

Nur Jinan Adzina, 2024

*RESOLUSI KONFLIK FANDOM K-POP DALAM MENGHADAPI FANWAR (Studi Kasus Fandom “CARAT” di Instagram)*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**NUR JINAN ADZINA**  
**RESOLUSI KONFLIK *FANDOM K-POP* DALAM MENGHADAPI**  
***FANWAR***  
**(Studi Kasus *Fandom “CARAT” di Instagram*)**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



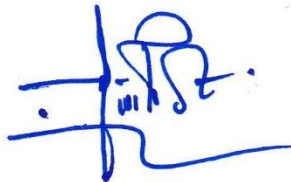
**Prof. Dr. Elly Malihah, M.Si**  
**NIP. 196604251992032002**

Pembimbing II



**Rika Sartika, M.Pd.**  
**NIP 198401022010122004**

Mengetahui,  
**Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi**



**Dr. Wilodati, M.Si**  
**NIP.196801141992032002**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul “*Resolusi Konflik Fandom K-Pop dalam Menghadapi Fanwar (Studi Kasus Fandom CARAT di Instagram)*” ini beserta sejumlah isinya adalah benar – benar karya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau mengutip dengan cara – cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung,

Yang membuat pernyataan,



Nur Jinan Adzina

NIM 1700300

## LEMBAR PENGUJI

Skripsi ini telah diuji pada

Hari, Tanggal :

Tempat : Universitas Pendidikan Indonesia

Panitia ujian sidang ini terdiri atas

Ketua : Dekan FPIPS Universitas Pendidikan  
Indonesia

Prof. Dr. Agus Mulyana, M.Hum.

NIP. 196608081991031002

Sekretaris : Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi

Dr. Wilodati, M.Si

NIP.116196801141992032002

Penguji:

**Penguji I**



Dr. Syaifullah, M.Si  
NIP. 197211121999031001

**Penguji II**



Supriyono, M.Pd  
NIP. 198205252010121005

**Penguji III**



Fajar Nugraha Asyahidda, M.Pd  
NIP. 199202152019031018

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Semesta Alam Allah SWT. yang Maha Esa dan Maha Mengetahui, atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Resolusi Konflik Fandom K-Pop dalam Menghadapi Fanwar (Studi Kasus Fandom “CARAT” di Instagram)”**. Tidak juga selawat dan salam senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. kepada keluarganya, Sahabat – Sahabat dan seluruh tabiin dan tabiatnya, serta ummatnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi tugas akhir salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan (S.Pd) di jurusan Pendidikan Sosiologi. Tugas akhir berupa skripsi ini disajikan dalam bentuk karya tulis ilmiah yang terdiri dari 5 bab.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Maka dari tu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki penulisan di masa yang akan datang. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca, peneliti selanjutnya, maupun bagi peneliti sendiri.

Bandung,  
Penulis,

Nur Jinan Adzina  
NIM 1700300

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas segala rahmat, karunia dan kemudahan yang dilimpahkan-Nya, penulis dapat menimba ilmu di Program Pendidikan Sosiologi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia dan *alhamdulillah* penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi dalam keadaan sehat. Tidak lupa, kepada beberapa pihak yang telah membantu, meluangkan waktu, memberikan tenaga, dan memberikan sumbangsih pemikiran kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan dan mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yaitu Bapak Sadar Muslihat, S.H dan Ibu Tuti Supini.

Terima kasih telah mendukung anak – anaknya untuk menuntut ilmu pada jenjang universitas, telah memfasilitasi dan mengeluarkan rezekinya dalam menuntut ilmu di kota besar. Segala kemudahan yang diberikan Allah selalu bermula dari doa kedua orang tua, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih telah mencurahkan segala cinta, doa, kasih sayang selama penulis menuntut ilmu dan menyelesaikan skripsi. Saya merasa penuh dengan kekurangan dan mengalami masa yang sulit sehingga tidak mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu. Namun berkat kesabaran dan doa kedua orang tua penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dan berharap dapat menyalurkan ilmunya dalam kehidupannya kedepan.

Kepada saudara kembar yang sama – sama berjuang menyelesaikan skripsinya, Nur Jihan Adzini, terima kasih telah berjuang hingga akhir, terima kasih dapat menjadi teman berbagi keluh kesah dan menjadi teman berdiskusi mengenai skripsi ini. Terima kasih kepada saudara saya Hadiyan dan Nur Hasna yang selalu memberikan semangat, semoga ilmu yang kita dapatkan selalu menjadi berkah.

2. Ibu Dr. Wilodati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Pendidikan yang telah mengumpulkan anak – anak didiknya yang belum menyelesaikan skripsinya, berkat perhatian yang Ibu berikan kami

mahasiswa yang belum menyelesaikan skripsi mendapat kembali motivasi untuk menyelesaikan skripsi dan mampu menyampaikan segala keluh kesah yang kami rasakan, sehingga kami dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia.

3. Prof. Dr. Elly Malihah, M.Si selaku pembimbing 1 yang telah membimbing, memberikan masukan, arahan dan motivasi yang bermanfaat bagi peneliti. Segala maaf penulis haturkan, karena penulis jarang melakukan bimbingan dan abai terhadap penyelesaian skripsi.
4. Ibu Rika Sartika, M.Pd. selaku pembimbing 2 yang telah membimbing, memberikan masukan, arahan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Segala maaf penulis haturkan, karena penulis jarang melakukan bimbingan dan abai terhadap penyelesaian skripsi.
5. Rektor Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan izin dan fasilitas untuk penyusunan skripsi ini.
6. Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial yang telah memberikan izin dalam penyusunan skripsi ini.
7. Admin *Fanpage* Wonwoounion, Caratdeul Bandung, Carat Surabaya dan Gallery *CARAT*, yang sudah meluangkan waktunya dan bersedia menjadi narasumber bagi penelitian ini.
8. Seluruh *CARAT* yang telah meluangkan waktunya dan bersedia menjadi narasumber bagi penelitian ini.
9. Nisrina Noor Islami, S.Pd, Rika Malia, S.Sos, Siti Hanifah, S.Pd, Riska Aura Dwi Yuniasari, S. Aktr, Anissa, S.Pd dan Anisa Muplihah, S, ArsL yang telah menemani dari SMP hingga saat ini. Terima kasih telah memotivasi satu sama lain untuk menuntut ilmu, saling bertukar pikiran, selalu ada di saat sedih dan senang, serta selalu menanyakan kabar dan menawarkan bantuan.
10. Nurjamillah, S.Pd, Anisya Adriani, S.Pd, Dian Sunardi, S.Pd, dan Muhammad Fadil Ramadan, S.Pd, Nugi Rizki Pritantia, S.Pd, Vika Aditya Novitasari, S.Pd, Auliya Kania Rachmawati, S.Pd, Cinda Nurulita Mitkel, S.Pd, Alifiani Nur Hasya, S.Pd, dan Salsabila Khairani, S.Pd, yang selalu menanyakan kabar,



memotivasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Semoga ilmu yang dimilikinya selalu bermanfaat bagi banyak orang dan selalu membawa berkah.

11. Fajar Hari Purnama, Anisa Karina Wulandari, Yuni Hastanti Citra Pratiwi, Annisa Jannatul Hira, Joko Purnomo, Andika, terima kasih telah berjuang bersama – sama hingga akhir. Terima kasih telah memotivasi satu sama lain, saling mendengarkan keluh kesah masing – masing dan saling membantu segala kebutuhan penyelesaian skripsi. Semoga ilmu yang kita bagikan dalam skripsi dan selama kita kuliah dapat membawa berkah dan bermanfaat bagi orang lain.
12. Salsabila Aprilia Widiyanti, S.Pd, terima kasih sudah memotivasi, meluangkan waktu dan tenaga membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi, terima kasih sudah menyedarkan penulis pentingnya menyelesaikan skripsi dan manfaatnya bagi kehidupan penulis kedepan

# RESOLUSI KONFLIK *FANDOM K-POP* DALAM MENGHADAPI *FANWAR*

(Studi Kasus *Fandom “CARAT” di Instagram*)

Oleh:

**NUR JINAN ADZINA**

**NIM 1700300**

## ABSTRAK

Penggemar cenderung mengasosiasikan dirinya dengan penggemar lain, baik untuk saling bertukar pendapat dan membagikan rasa kegemaran yang sama melalui media sosial. Dalam budaya *K-Pop* setiap grup idola memiliki *fandom* nama dan identitas *fandom* masing – masing, seperti grup idola *SEVENTEEN* yang memiliki nama *fandom CARAT* sehingga berbagai dinamika sosial dapat terjadi salah satunya *fanwar*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan: (1) mengidentifikasi latar belakang dan penyebab terjadinya *fanwar* yang dialami oleh *fandom CARAT*; (2) mengetahui dampak yang diberikan *fanwar* pada kehidupan bersosialisasi dan relasi penggemar *K-Pop*; (3) mengetahui resolusi konflik yang digunakan oleh *fandom CARAT* dalam menghindari dan menyelesaikan suatu *fanwar* yang terjadi di *Instagram*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi non-partisipasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi dengan responden sejumlah 18 orang yang terdiri dari admin *fanpage CARAT*, *CARAT* perorangan dan perwakilan komunitas *K-Pop*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat berbagai hal yang menyebabkan terjadinya *fanwar*, yakni; a) adanya rumor atau skandal yang beredar mengenai seorang anggota grup idola; b) adanya persaingan antar idola dan *fandom* dengan *fandom* lain; c) dan *fanwar* menjadi bentuk pembelaan *fans* terhadap idolanya; 2) *Fanwar* dapat berpengaruh terhadap kegiatan bersosialisasi penggemar, *fanwar* memberikan citra negatif terhadap penggemar, *fandom* dan idolanya, serta penggemar merasa sedih dan kecewa ketika penggemar lainnya melakukan *fanwar*; 3) Penggemar menghindari *fanwar* dengan cara menarik diri dengan tidak melibatkan dirinya pada *fanwar*, memilih tidak membuka media sosial, mencoba untuk mengontrol emosi serta mengingatkan sesama anggota *fandom* untuk tidak terlibat *fanwar* Sementara itu admin *fanbase* mencoba untuk memberikan peringatan kepada penggemar untuk tidak melakukan *fanwar* dalam *bio* dan *caption* unggahannya, serta mencoba untuk menghapus unggahan yang memancing *fanwar*.  
**Kata Kunci:** *fandom, K-Pop, fanwar, resolusi konflik*

***Conflict Resolution Strategies of K-Pop Fandoms in Addressing Fanwars: A  
Case Study of the “CARAT” Fandom on Instagram***

**ABSTRACT**

*Fans tend to associate themselves with other fans, both to exchange opinions and share a common enthusiasm through social media. In K-Pop culture, each idol group has its own fandom name and identity, such as the SEVENTEEN idol group, which has a fandom named CARAT, leading to various social dynamics, including fan wars. This study aims to: (1) identify the background and causes of fan wars experienced by the CARAT fandom; (2) understand the impact of fan wars on social interactions and relationships among K-Pop fans; (3) investigate the conflict resolution strategies employed by the CARAT fandom to avoid and resolve fan wars occurring on Instagram. This research employs a qualitative approach with a case study method. Data collection was conducted using non-participant observation, in-depth interviews, and document analysis with 18 respondents, including CARAT fanpage admins, individual CARAT members, and K-Pop community representatives. The results indicate that (1) various factors contribute to the occurrence of fan wars, namely: a) circulating rumors or scandals concerning a member of an idol group; b) competition between idols and fandoms with other fandoms; c) fan wars as a form of defense by fans for their idols; (2) Fan wars can affect fans' social interactions, negatively impacting the image of fans, fandoms, and idols, and causing sadness and disappointment among fans when others engage in fan wars; (3) Fans avoid fan wars by withdrawing from involvement, choosing not to access social media, attempting to control emotions, and reminding fellow fandom members to refrain from participating in fan wars. Meanwhile, fanbase admins attempt to warn fans against engaging in fan wars through bios and captions and try to remove posts that incite fan wars.*

***Keywords: fandom, K-Pop, fan war, conflict resolution***

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR HAK CIPTA .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Struktur Organisasi Skripsi .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Budaya <i>K-Pop</i> .....	10
2.2 Budaya <i>Fandom</i> .....	16
2.3 <i>Fanwar</i> .....	20
2.4 Media Sosial dan <i>Instagram</i> .....	21
2.5 Teori Identitas Sosial .....	24
2.6 Teori Konflik .....	27
2.7 Resolusi Konflik .....	34
2.8 Relasi Sosial .....	41
2.9 Penelitian Terdahulu .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1 Desain Penelitian .....	51
3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian.....	53

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4 Analisis Data .....	59
3.5 Uji Keabsahan Data .....	60
<b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Informan .....	63
4.2 Temuan Penelitian .....	75
4.3 Pembahasan.....	94
<b>1. Rasa iri terhadap idola dan penggemar lain.....</b>	<b>102</b>
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>116</b>
5.1 Simpulan .....	116
5.2 Implikasi .....	118
5.3 Rekomendasi.....	119
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>122</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rencana Pengumpulan Data.....	56
Tabel 4. 1 Profil anggota SEVENTEEN.....	64
Tabel 4. 2 Data Gambaran Umum Informan Kunci.....	74
Tabel 4. 3 Data Gambaran Umum Informan Pendukung.....	74
Tabel 4. 4 Analisis Teori Konflik Lewis A. Coser pada Temuan Penelitian ...	102
Tabel 4. 5 Analisis Resolusi Konflik pada Temuan Penelitian.....	110
Tabel 4. 6 Simpulan Penelitian.....	112

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo dan Tampilan <i>Instagram</i> .....	55
Gambar 3. 2 Teknik Pengumpulan Data .....	56
Gambar 3. 3 Triangulasi Sumber Data .....	61
Gambar 3. 4 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data .....	61
Gambar 4. 1 Warna dan Logo <i>SEVENTEEN</i> .....	63
Gambar 4. 2 Grup Idola <i>SEVENTEEN</i> .....	65
Gambar 4. 3 Persentase Penggunaan Media Sosial yang Digunakan Penggemar <i>K-Pop</i> .....	65
Gambar 4. 4 Akun resmi ( <i>official</i> ) <i>Instagram SEVENTEEN</i> dan <i>feed Instagram</i> .....	66
Gambar 4. 5 Akun <i>Instagram</i> Pribadi Idola ( <i>S.Coups</i> dari <i>SEVENTEEN</i> ) dan kolom komentar dari foto yang diunggah.....	67
Gambar 4. 6 Unggahan akun <i>fanpage</i> berupa informasi kegiatan <i>comeback</i> dan kemenangan di acara musik.....	68
Gambar 4. 7 Akun <i>fanpage CARAT</i> domisili Bandung dan dokumentasi kegiatan .....	68
Gambar 4. 8 Portal berita dan informasi mengenai <i>K-Pop</i> .....	69
Gambar 4. 9 Profil Akun <i>Instagram Fanpage Wonwoounion</i> .....	70
Gambar 4. 10 Akun <i>Instagram Fanpage Caratdeul</i> Bandung.....	72
Gambar 4. 11 Akun <i>Instagram Fanpage Carat</i> Surabaya .....	73
Gambar 4. 12 Akun <i>Instagram Fanpage Carat Gallery</i> .....	74
Gambar 4. 13 Pengingat <i>fanwar</i> dalam <i>Caption</i> .....	87
Gambar 4. 14 Unggahan <i>Carat Gallery/Ssvt17_forlife</i> sebagai pengingat untuk menghindari <i>fanwar</i> .....	88
Gambar 4. 15 Pengingat <i>fanwar</i> dalam <i>Caption</i> .....	106
Gambar 4. 16 Unggahan <i>Carat Gallery/Ssvt17_forlife</i> sebagai pengingat untuk menghindari <i>fanwar</i> .....	107
Gambar 4. 17 Bagan Hasil Penelitian .....	115

## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 SURAT KEPUTUSAN DOSEN PEMBIMBING
- LAMPIRAN 2 SK DOSEN PENGUJI SKRIPSI
- LAMPIRAN 3 KISI - KISI PENELITIAN
- LAMPIRAN 4 PERTANYAAN PENELITIAN
- LAMPIRAN 5 PEDOMAN OBSERVASI DAN WAWANCARA
- LAMPIRAN 6 DOKUMENTASI PENELITIAN
- LAMPIRAN 7 LEMBAR BIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI



## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Sumber Buku dan EBook

- Allan, K.D. (2006). *The Social Lens: An Invitation to Social and Sociological Theory*. Amerika Serikat: SAGE Publications Ink.
- Alo Liliweri. (2007). *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: PT LkiS Pelangi Angkasa.
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Coleman, Peter T. (2011). *Conflict, Interdependence, and Justice: The Intellectual Legacy of Morton Deutsch*. New York: Springer
- Coser, A. L. (1965). *The Functions of Social Conflict*. New York: The Free Press.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (4th ed). Boston: Pearson.
- Creswell, J. W. (2013) *Qualitative: Inquiry and research design: choosing among five approaches* (3<sup>rd</sup> ed). Thousand Oaks, CA: Sage Publication
- Creswell, John. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (4th ed). Thousand Oaks, CA: Sage Publication
- Danial, E. & Nanan, W. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan.
- Dugan, Maire. (1996) “*A Nested Theory of Conflict*.”. Dalam *Columbia, S.C. Leadership Institute. “A Leadership Journal: Women in Leadership – Sharing the Vision I”* (hlm. 9 – 12). Columbia College.
- Fisher, Ronald. J. (2016). *A North American Pioneer in Interactive Conflict Resolution*. International Peace and Conflict Resolution School of International Service. Washington DC: Springer

- Fuchs, Christian. (2010). “*Social Software and Web 2.0: Their Sociological Foundations and Implications*”. Dalam *Handbook of Research on Web 2.0, 3.0, and X.0: Technologies, Business, and Social Applications*. (San Murugesan). (Chapter 44; hlm. 764 – 789). The United States of America: Information Science Reference (an imprint of IGI Global).
- Fuchs, Christian. (2014). *Social Media a Critical Introduction*. SAGE Publications Ltd
- Fuhr, Michael. (2016) *Globalization and Popular Music in South Korea: Sounding Our K-Pop*. New York: Routledge.
- Jeong, Howon (2000). *Peace And Conflict Studies an Introduction*. Amerika Serikat: Ashgate Publishing
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. London: Routledge.
- Jenkins, R. (2008) *Social Identity*, Third Edition. United Kingdom: Routledge.
- Korean Culture and Information Service, Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2011). *The Korean Wave a New Pop Culture Phenomenon*. Republik Korea: Korean Culture and Information Service
- Krauss, R.M. (2006). “*Communication and Conflict*”. Dalam (Peter T. Coleman, Morton Deutsch, Eric C. Marcus). *The Handbook of Conflict Resolution Theory and Practice Second Edition*. (Chapter seven: 229). San Francisco: Jessey-Bass A Wiley Brand
- Lie, John. (2015). *K-Pop: Popular Music, Cultural Amnesia, and Economic Innovation in South Korea*. California: The Regents of the University of California.
- Miall, H; Ramsbotham, O; Woodhouse, T. (2002). *RESOLUSI DAMAI KONFLIK KONTEMPORER: Menyelesaikan, Mencegah, Mengelola dan Mengubah Konflik Bersumber Politik, Sosial, Agama dan Ras*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- McQuail, D. (2010). *McQuail’s Mass Communication Theory (6th ed.)*. London: SAGE.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika

- Moleong, L. (2006). *Metode Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Moleong, L. (2017). *Metode Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Maftuh, Bunyamin. (2008). *Pendidikan Resolusi Konflik: Membangun Generasi Muda yang Mampu Menyelesaikan Konflik Secara Damai*. Bandung: Yasindo Multi Aspek.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution. 1996. *Metode Penelitian Kualitatif Naturalistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nugroho, Suray Agung. (2014). *Hallyu in Indonesia*. Dalam (Marinescu, Valentina.) Dalam *The Global Impact of South Korean Popular Culture: Hallyu Unbound*. (hlm. 19 – 31). Inggris Raya: Lexington Books.
- Raco, J.R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif; Jenis, Karakteristik dan Keunggulan*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.
- Rahim, M. Afzalur. (2010). *Managing Conflict in Organizations: 4th Edition*. Routledge
- Setiadi, E.M, & Kolip, U. (2011). *Pengantar Sosiologi (Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya)*. Jakarta: Kencana.
- Siyoto, S. & Sodik, Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soekanto, S. (2014). *Sosiologi Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada
- Soekanto, S. & Lestarini, R. (1988). *Fungsionalisme dan Teori Konflik dalam Perkembangan Sosiologi*. Jakarta: Sinar Grafika
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2013). *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN (Kompetensi dan Praktiknya)*. Jakarta: PT Bumi Aksara

- The Janissary Collective. (2014). “*Fandom as Survival in Media Life*”. Dalam (Duits, Linda, Koos Zwaan, & Stijn Reijnders), *The Ashgate Research Companion to Fan Culture*. (hlm.78). England: Ashgate Publishing.
- Trzcinska, Julia. (2018). *Polish K-Pop Fandom: Phenomenon, Structure & Communication. The Association of Pop Culture Researchers and Pop-cultural Education*. Poland: Wroctaw.
- Wallensteen, P. (2002). *Understanding Conflict Resolution: War, Peace and Global System*. London: SAGE Publications Ltd.
- Watson, Nessim. (1997). “*Why We Are About Virtual Community: A Case Study of the Phish.Net Fan Community*”. Dalam (Steven G. Jones). *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*. (hlm.102 – 132). New York: Sage Publications.
- Weitzman, E. A, dan Weitzman, P. F. (2006). “*The PSDM Model: Integrating Problem Solving and Decision Making in Conflict Resolution*”. Dalam (Peter T. Coleman, Morton Deutsch, Eric C. Marcus). *The Handbook of Conflict Resolution Theory and Practice Second Edition*. (hlm. 197). San Francisco: Jessey-Bass A Wiley Brand
- West, Richard, Lynn H. Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.

## 2. Sumber Penelitian dan Jurnal

- Agbude, G., Nchekwube, E. O., & Godwyns-Agbude, J. (2014). Leadership, Social Identity and the Politics of Underdevelopment in Africa. *Open Journal of Leadership*, 3, 106-115.
- Agnensia, N. P. (2019). *Fan War Fans K-Pop dan Keterlibatan Penggemar dalam Media Sosial Instagram*. Diakses melalui [http://repository.unair.ac.id/87304/5/Jurnal\\_Natazha%20Putri%20Agnensia\\_071511533028.pdf](http://repository.unair.ac.id/87304/5/Jurnal_Natazha%20Putri%20Agnensia_071511533028.pdf)
- Aisyah, A., Zainudin, I. S., & Yoan, R. S. (2019). *Social Media Translation Action: Translation Activities by K-Pop Fans on Twitter. International*

- Journal of Virtual and Personal Learning Environments*, 9(2), 2–54.  
doi:10.4018/ijvple.2019070103
- Andiani, Anwar, C. R., Akram, N. F., & Alimuddin, N. A. (2020). *Cyberbullying among Teenage K-Pop Fans*. *Jurnal Psikologi Pendidikan & Konseling*, 6(2), 9-15.  
doi:https://doi.org/10.26858/jppk.v6i2.16696
- Andriyana, D. & Mubarak, Z. (2020). *Konflik Sosial dalam Novel Tan Karya Hendri Teja Melalui Teori Konflik Lewis A. Coser*. *Journal of Humanities*, 104-114. DOI:10.32493/piktorial.v2i2.7637
- Aziz, A., Mursityo, Y. T., & Rachmadi, A. (2018, November). *Analisis Pengguna Media Sosial Instagram dan Pengaruhnya Terhadap Business Performance Satisfaction (Studi pada Pengusaha Kuliner di Kota Malang)*. *Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(11), 5780-5717. doi:2548-964X
- Benard, S. (2012). *Cohesion from Conflict: Does Intergroup Conflict Motivate Intragroup Norm Enforcement and Support for Centralized Leadership*. *Social Psychology Quarterly*, 75(2), 107–130.  
doi:10.1177/0190272512442397
- Damayanthi, M. W, dan Wahyunengsih. (2023). *Analysis of Preferences and Behavior of K-Pop Fans in Consuming Kpop Content on Youtube*. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*. 1(3). 54 – 62. DOI: https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i2.299
- Due, Pernille; Holstein, Bjorn; Lund, Rikke; Modving, Jens; Avlund, Kirsten;. (1999). *Social Relations: Network, Support and Relational Strain*. *Social Science & Medicine*, 48(5), 661 - 673.  
doi:https://doi.org/10.1016/S0277-9536(98)00381-5
- Fitria, K. (2022). *Cyberspace Sebagai Area Perang Antara Fans Versus Haters K-Pop di Instagram*. *Jurnal Kopis Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*. 4(2):58-73. DOI:10.33367/kpi.v4i2.1945
- Jin, D. Y., & Yoon, T. J. (2017). *The Korean Wave: Retrospect and Prospect*. *International Journal of Communication*, 11, 2241-2249.

Nur Jinan Adzina, 2024

RESOLUSI KONFLIK FANDOM K-POP DALAM MENGHADAPI FANWAR (Studi Kasus Fandom “CARAT” di Instagram)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Johar, R. D., & Sulfinadia, H. (2020). *Manajemen Konflik sebagai Upaya Mempertahankan Keutuhan Rumah Tangga (Studi Kasus di Desa Lempur Tengah Kecamatan Gunung Raya Kabupaten Kerinci)*. *Al-Ahkam*, 21(1), 34-48.
- Jung, S., & Shim, D. (2014). *Social distribution: K-Pop Fan Practices in Indonesia and the 'Gangnam Style' Phenomenon*. *International Journal of Cultural Studies*, 17(5), 485-501. doi:10.1177/1367877913505173
- Kim, Bok-rae. (2015). *Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave)*. *American International Journal of Contemporary Research*. 5(5), 154 – 160, Corpus ID: 32194632
- Kim, Joon Ho; Kim, Kwang Jin; Park, Bum Tae; Choi, Hyun Ju; (2022). *The Phenomenon and Development of K-Pop: The Relationship between Success Factors of K-Pop and the National Image, Social Network Service Citizenship Behavior, and Tourist Behavioral Intention*. *sustainability*, 14(3200), 1-30. doi:https://doi.org/10.3390/su14063200
- Kusnul, Fitria. (2022). *Cyberspace Sebagai Area Perang Antara Fans Versus Haters K-Pop di Instagram*. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*. 4(2), 58 - 73
- Kwon, Seung-Ho; Kim, Joseph (2014). *The cultural industry policies of the Korean government and the Korean Wave*. *International Journal of Cultural Policy*, 20(4), 422–439. doi:10.1080/10286632.2013.829052
- Lapidot-Lefler, N., & Barak, A. (2012). *Effects of anonymity, invisibility, and lack of eye-contact on toxic online disinhibition*. *Comput. Hum. Behav.*, 28, 434–443 DOI:10.1016/j.chb.2011.10.014
- Lastriani. (2018). *Fanwar: Perang antar Fans Idol K-Pop di Media Sosial*. 1(1), 87-100. Diakses melalui <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/87304>
- Lie, J. (2012). *What Is K In K-Pop? South Korean Popular Music, the Culture Industry, and Nation Identity*. *Korean Observer*, 43(2), 339-363.

- Meinawati, E., Violita, M. V., Putra, O. P., Setianingrum, H. W., Alawiyah, S., & Chodidjah. (2021). *Abbreviation Used by Indonesian K-Pop Fans on Twitter*. 5(1), 54-65. doi:10.29408/veles.v5i1.3060
- Mustikawati, Retno. (2020). *The Bigger Wave of Hallyu (한류) in Indonesia: Glocalization?. PEOPLE: International Journal of Social Sciences*. 6(1), 367- 378. DOI- <https://doi.org/10.20319/pijss.2020.61.367378>
- Nuranisa, C. (2015). *Pembentukan Identitas Penggemar Melalui Media Baru (Studi Pada Remaja Penggemar Boyband K-Pop 2PM)*. *CommLine*, 6(2), 177–196. <https://jurnal.uai.ac.id/index.php/commline/article/view/612>
- Oh, I. G., & Park, G. S. (2012). *From B2C to B2B: Selling Korean Pop Music in the Age of New Social Media*. *KOREAN OBSERVER*, 43(3), 365-397. Corpus ID: 155581247
- Pedersen, P. V., Andersen, P. T., & Curtis, T. (2012). *Social Relations And Experiences of Social Isolation among Socially Marginalized People*. *Journal of Social and Personal Relationships*, 29(6), 839 - 858. doi:10.1177/0265407512444373
- Prihatiningsih, W. (2017). *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja*. 8(1), 51-65.
- Purba, R., & Solekhah, N. (2019). *Kesetiakawanan Fans K-Pop di Era Digital*. 43(2), 187-194. Diakses melalui <http://ejournal.kemensos.go.id/index.php/mediainformasi/article/view/2149>
- Purnama, Hadi. (2011). *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Dalam Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana. (hlm. 107-124). Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Qonitatin, N., Faturachman, Helmi, A. F., & Kartowagiran, B. (2020). *Relasi Remaja - Orang Tua dan Teknologi Masuk di dalamnya*. *Buletin Psikologi*, 28(1), 28 - 44. doi:10.22146/buletinpsikologi.44372
- Rahardjo, M. (2017). *Desain penelitian studi kasus: Pengalaman empirik*.

Nur Jinan Adzina, 2024

RESOLUSI KONFLIK FANDOM K-POP DALAM MENGHADAPI FANWAR (Studi Kasus Fandom “CARAT” di Instagram)

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). *Fanatisme Penggemar KPOP dalam Bermedia Sosial di Instagram*. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 12-23. doi:10.14710/interaksi.8.2.13-21
- Sagita, A., & Kadewardana, D. (2018). *Hubungan Parasosial di Media Sosial*. 8(1), 45-58.
- Sakinah, A. (2015). *Studi Deskriptif tentang Model Resolusi Konflik dalam Rencana Pembangunan Jalan Tol Tengah Kota Surabaya*. 3(3), 177-186.
- Sari, M. P. (2017). *Fenomena Pengguna Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau*. 4(2), 1-13.
- Sobur, A., Darmawan, F., Kusumalestari, R. R., Listiani, E., Ahmadi, D., & Abana, M. A. (2018). *The Meaning of K-Pop and Self-Concept Transformation of K-Pop Fans in Bandung*. *MIMBAR*, 34(2), 414-422. doi:https://doi.org/10.29313/mimbar.v34i2.3729
- Sofiyati, P. dkk., (2011). *Konflik dan stress; pengembangan dan perilaku organisasi*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Suhardono, W. (2015). *Konflik dan Resolusi*. II (1). doi:2356-1459
- Syawal, M. (2023). *Parasocial Intimacy and Fan Culture with K-Pop Artists in Indonesian Digital Media: A Study of Fan-Idol Relationships on Social Media Platforms*. 2(11):1383-1393. DOI:10.57096/edunity.v2i11.181
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). "An integrative theory of intergroup conflict." In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Tajfel, H. (1978). Social categorization, social identity and social comparisons. In H. Tajfel (Ed.), *Differentiation between social groups* (pp. 61-76). London: Academic Press.
- Tajfel, H. (1981). *Human Groups and Social Categories: Studies in Social Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press Social Identity Theory, Chapter 7, 255-270



- Tinaliga, Brittany. (2018). "At War for OPPA and Identity": Competitive Performativity among Korean-Pop Fandoms. Dalam Master's Projects and Capstones. (hlm.768). University of San Francisco. Diakses melalui <https://repository.usfca.edu/capstone/768>
- Tualeka, M. N. (2017). *Teori Konflik Sosiologi Klasik dan Modern*. 3(1), 32-48. doi:2407-9146
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the Social Group: A Self-Categorization Theory*. Oxford: Blackwell. This book expands on the concepts introduced in Social Identity Theory, 42-68
- Valieva, J. (2018). Cultural Soft Power of Korea. *Journal of History Culture and Art Research*, 7(4), 207-213. doi:<http://dx.doi.org/10.7596/taksad.v7i4.1837>
- Weaver, B., & Mcneill, F. (2015). *Lifelines: Desistance, Social Relation, and Reciprocity*. *Criminal Justice and Behavior*, 42(1), 95-107. doi:10.1177/0093854814550031
- Wieviorka, M. (2013). *Social Conflict*. *Current Sociology*, 61(5-6), 696-713. doi://doi.org/10.1177/0011392113499487
- Yoon, K. (2018). *Transnation Fandom in Making: K-Pop Fans in Vancouver*. *The International Communication Gazette*, 0(0), 1-17. doi:10.1177/1748048518802964
- Zhang, Q., & Negus, K. (2020). *East Asian Pop Music Idol Production and the Emergence of Data Fandom in China*. *International Journal of Cultural Studies*, 00(0), 1-19. doi:10.1177/136787792090406

### 3. Sumber Skripsi dan Tesis

- Agnensia, N. P. (2019). *Fan War Fans K-Pop dan Keterlibatan Penggemar Dalam Media Sosial Instagram*. (Skripsi). Universitas Airlangga, Surabaya

- Etikasari, Y. (2018). *Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop (KPopers) (Studi pada Penggemar K-Pop di Yogyakarta)*. (Skripsi). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Gooch, B. (2008). *The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom*. (Thesis). Georgia Institute of Technology, Amerika Serikat.
- Kong, Hui Yan. (2016). *The Globalization Of K-Pop: The Interplay of External and Internal Forces*. (Thesis). Furtwangen University, German.
- Lee, Gyu Tag. (2013). *De-Nationalization and Re-Nationalization of Culture: The Globalization Of K-Pop*. (Dissertation). George Mason University. Virginia, Amerika Serikat.
- Nugraini, E. (2016). *Fanatisme Remaja Terhadap Musik Populer Korea dalam Perspektif Psikologi Sufistik (Studi Kasus terhadap EXO-L)*. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang.
- Nurwidyastuti, Setiamanah Purba. (2020), dengan judul “*Fenomena Disintegrasi Sosial Melalui Fanwar Antara KPopers di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Penggemar K-Pop di Twitter)*”. (Skripsi). Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung
- Yulianti, Witri. (2021), dengan judul “*Fenomena Fanwar di Kalangan Penggemar K-Pop Pada Media Sosial Instagram*”. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

#### **4. Sumber Hukum**

- Crawford, D.K. & Bodine, R. J. (1996). *Conflict Resolution Education: A Guide to Implementing Programs in Schools, Dalam (US Department of Justice and US Department of Education.) Youth-Serving Organizations, and Community and Juvenile Justice Settings*. Amerika Serikat

#### **5. Sumber Prosiding**

Nur Jinan Adzina, 2024

RESOLUSI KONFLIK FANDOM K-POP DALAM MENGHADAPI FANWAR (Studi Kasus Fandom “CARAT” di Instagram)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Hasby, Fadhila. (2013). “*Fanbase Boyband Korea: Identifikasi Aktivitas Penggemar Indonesia*”, Dalam (Irmayanti Moeliono), *The 5th Conference on Indonesian Studies “Ethnicity and Globalization”*, hlm. 159-163. Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.

## 6. Sumber Artikel Berita atau Website

Boyd, Danah. (26 Februari 2009). *Social Media is Here to Stay...Now What?. Microsoft Research Tech Fest, Redmond, Washington.*  
<https://www.danah.org/papers/talks/MSRTechFest2009.html>.  
 Diakses pada Juni 2022

Dhini, Vika Azkiya. (26 Juli 2022). *Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan Fandom K-Pop untuk Berinteraksi (Juni 2022)*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/survei-883-fandom-k-pop-gunakan-instagram-untuk-saling-berinteraksi>.  
[Diakses pada Juni 2022](#)

Jung, Hyuk Hoon. (11 Mei 2024). *Korea Research Thai, Indonesian, and Vietnamese Adult Survey.* Diakses dari <https://www.mk.co.kr/en/economy/11013143#:~:text=In%20the%20Korea%20Research's%20own,in%20person%20was%20also%2045%25>. Diakses pada Juli 2024

Kim, Yeon Jeong. (Thursday, 4 Februari 2021). *#KpopTwitter achieves new record of 6.7 billion Tweets globally in 2020.* Diakses dari ([https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/insights/2021/kpoptwitter-achieves-new-record-of-6-billion-tweets-globally-in-2020](https://blog.twitter.com/en_us/topics/insights/2021/kpoptwitter-achieves-new-record-of-6-billion-tweets-globally-in-2020)). Diakses pada Oktober 2021.

NapoleonCat. (February 2022). *Instagram users in Indonesia.* Diakses dari (<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/01/>). Diakses pada Februari 2022.

Nur Jinan Adzina, 2024

RESOLUSI KONFLIK FANDOM K-POP DALAM MENGHADAPI FANWAR (Studi Kasus Fandom “CARAT” di Instagram)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Pledis Entertainment. (2015). *Seventeen Profile*. Diakses dari (<https://www.pledis.co.kr/html/artist/seventeen/KOR/profile>). Diakses pada Januari 2022.
- Septria, Dinda. (27 Februari 2020). "*Apakah fandom Seventeen Carat benar-benar terbaik dan paling damai? Bagaimana mereka bisa sedamai itu?*". Diakses dari (<https://id.quora.com/Apakah-fandom-Seventeen-Carat-benar-benar-terbaik-dan-paling-damai-Bagaimana-mereka-bisa-sedamai-itu?>). Diakses pada Januari 2022.
- Pusat Bantuan Instagram. [https://help.instagram.com/1417489251945243/?helpref=hc\\_global\\_nav](https://help.instagram.com/1417489251945243/?helpref=hc_global_nav). Diakses pada Januari 2022.
- Untari, Giovani. (08 Desember 2023). "*Mari Mengenal Warna Fandom Grup SEVENTEEN: Rose Quartz & Serenity*". Diakses dari <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/12/2023/34121/mari-mengenal-warna-fandom-grup-seventeen-rose-quartz-serenity>. Diakses pada Juli 2024
- Vika, Azkiya. (26 Juli 2022). *Survei: 88,3% Fandom K-Pop Gunakan Instagram untuk Saling Berinteraksi*. Diakses dari (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/survei-883-fandom-k-pop-gunakan-instagram-untuk-saling-berinteraksi>). Diakses pada Juli 2022