

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

K-Pop telah menjadi salah satu hiburan yang paling digemari di Indonesia. Pada tahun 2020 dilakukan survei dalam *platform twitter* oleh Kim Yeon Jeong selaku *Global Head of K-Pop Partnerships Twitter*. Hasil survei tersebut menunjukkan Indonesia berada di posisi ke 1 negara yang aktif *men-tweet* hal yang berkaitan dengan K-Pop. Lalu survei yang dilakukan oleh *Katadata Insight Center* (KIC) dan *Zigi.id* mencatat beberapa media sosial yang sering digunakan oleh penggemar *K-Pop* dalam berinteraksi dengan penggemar lainnya. Survei dilakukan pada 1.609 penggemar K-Pop dalam kurun waktu 20 - 29 Juni 2022 dari data tersebut *Instagram* digunakan oleh 88% penggemar, *Twitter* atau *X* digunakan oleh 62% % penggemar, *WhatsApp* digunakan oleh 50% penggemar, *Youtube* digunakan oleh 49% penggemar, dan lain – lain sebagai media sosial yang sering digunakan oleh penggemar K-Pop. Dari data tersebut menunjukkan besarnya antusias *fans* K-Pop Indonesia dalam bermedia sosial.

Seseorang yang mengidentifikasi diri sebagai penggemar setia banyak mengomunikasikan kegemarannya pada orang lain. Identitas penggemar semakin terlihat jelas ketika mereka bertemu dengan penggemar lainnya terlebih pada orang – orang dengan memiliki kegemaran yang sama. Media sosial berperan penting bagi penggemar dalam memperluas jaringan pertemanan. Segala informasi mengenai idola, kegiatan mereka dan interaksi antar penggemar dengan mudah dapat dilakukan melalui media sosial (Nuranisa, 2015, hlm. 190 – 191). Tingginya tingkat aksesibilitas dan interaktivitas penggemar di media sosial menghadirkan ‘*cyber fandom*’ sebagai identitas komunitas penggemar di media sosial, sehingga terbentuk perkumpulan penggemar dan *fandom* di berbagai media sosial (Gooch, 2008, hlm. 20).

Penggemar K-Pop merasa mereka memiliki kesetiakawanan dan kekeluargaan yang kuat, lalu muncullah sebuah *fandom* sebagai wadah mengekspresikan kesamaan yang mereka miliki, walaupun setiap penggemar memiliki perbedaan latar belakang kehidupan namun mereka dipersatukan oleh kesamaan mimpi dan kegemaran, mereka berharap dari adanya sebuah *fandom* dapat menguatkan rasa solidaritas yang mereka miliki (Purba & Solekhah, 2019, hlm. 192). Dinamika aktivitas penggemar ini menjadi semakin luas, terlebih *fans* merasa dituntut untuk berkontribusi dalam kesuksesan idolanya, dalam jumlah penjualan album, peringkat dalam *chart music*, proyek penggemar (baik *online* maupun *offline*) dan masih banyak lagi. Apabila idolanya berprestasi mereka menganggap itu yang terbaik dan penggemar pun merasa bahwa mereka adalah *fans* yang terbaik pula. Dari hal tersebutlah memunculkan kompetisi antar *fandom* K-Pop. Ada tiga kemungkinan bentuk ekspresi kompetisi yang muncul 1) ekspresi permusuhan langsung terhadap orang atau kelompok yang menjadi sumber frustrasi, 2) pengalihan perilaku permusuhan atau kebencian terhadap objek pengganti, dan 3) melakukan aktivitas pelepasan ketegangan yang dapat memberikan kepuasan tersendiri tanpa membutuhkan objek (Coser, 1965, hlm. 41). Tindakan kompetisi tersebut dapat juga disebut sebagai '*toxic competitive performativity*', di mana penggemar tidak lagi hanya mendukung idolanya, melainkan mereka ikut serta dalam merendahkan dan menyerang idola atau *fandom* lain (Tinaliga, 2018, hlm. 4), ditambah bahwa penggemar di media sosial hanya mengandalkan komunikasi yang beragam baik verbal maupun *nonverbal* seperti pesan teks yang disematkan dalam gambar, *emoticon*, konten yang berasal dari bahasa asing serta konten bentuk *audio visual* harus diterjemahkan secara cermat (Aisyah, dkk, 2019, hlm. 34), agar tidak menimbulkan kesalahpahaman sehingga menimbulkan konflik (Krauss, 2006, hlm. 229) di antara penggemar K-Pop bukan hanya konflik perorangan melainkan konflik antarkelompok penggemar atau antar *fandom*.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugraini pada tahun 2016 (hlm. 132) menunjukkan adanya perilaku agresif dalam aktivitas *fandom*, yang kerap disebut oleh penggemar K-Pop sebagai *fanwar*. *Fanwar* berasal dari dua kata, yakni *fans* (penggemar) dan *war* (perang), maka dapat ditarik kesimpulan *fanwar* sebagai

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

perang antar penggemar yang di sini dilakukan oleh penggemar *K-Pop* (Lastriani, 2018, hlm. 91). Bentuk *fanwar* yang paling populer adalah dengan memberikan komentar negatif atau sarkas kepada *fandom* lain, merendahkan *fandom* atau idola lain, membandingkan idolanya dengan idola lain, dan berbagai aksi lainnya. Penggemar *K-Pop* memiliki kecenderungan menghabiskan waktu untuk berselancar di media sosial untuk menggali informasi mengenai idolanya dan kebiasaan yang mengkhawatirkan adalah mudah terbawa emosi sehingga memunculkan *fanwar* (Nugraini, 2016, hlm.133).

Salah satu *fanwar* yang terjadi di *Instagram* terjadi pada tahun 2019 antara penggemar *EXO (EXO-L)* dan penggemar *BTS (Army)*, salah satu penggemar *EXO* menuduh *Army* melakukan tindak curang dalam proses *voting Billboard Music Award (BBMAs)* untuk kategori *Top Social Artist* yang dimenangkan oleh *BTS*, dan muncul tagar *#BBMAsDisqualityBTS*. Dari postingan tersebut juga memicu timbulnya komentar sarkastik, perdebatan berkepanjangan dan menyebarnya berita bohong atau *hoax* (Agnensia, 2019, hlm. 52).

Hasil penelitian yang dilakukan (Andiani, dkk, 2020, hlm. 14) mengkategorikan *fanwar* sebagai bentuk dari *cyberbullying* bersamaan dengan *hacking, hate comment, spamming* dan *hate speech*. Penggemar *K-Pop* bukan hanya dapat menjadi korban *cyberbullying* namun berpotensi pula menjadi pelaku *cyberbullying*. *Cyberbullying* dapat menyebabkan gangguan kejiwaan atau penyakit secara psikologis. Hunt dan Metcalf (1955) (dalam Maftuh, 2008, hal. 41) menyebutkan bahwa gangguan kejiwaan atau gangguan kesehatan mental (*mental hygiene*) yang biasa muncul akibat dari ketidakmampuan seseorang dalam menyelesaikan konflik, adalah bentuk yang tidak ilmiah, seperti melakukan penolakan (*denial*), perilaku mengabaikan masalah, menekan masalah dibawah taraf kesadaran (*repression*), menarik diri dari masalah (*withdrawal*), menyalahkan pihak lain atau pihak lawan (*projection*), bersifat kekanak-kanakan dalam emosi dan intelektual (*regression*), atau sakit fisik akibat dari kejiwaan yang terganggu (*psychosomatic illness*). Korban *cyberbullying* dapat menderita depresi dan pelaku dapat mengambil tindakan hukum bila korban memang merasa dirugikan, terlebih

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

dengan berlakunya. Undang – Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Terlihat dari penyebab terjadinya *fanwar* didasari oleh keadaan psikologis atau situasi emosi pelaku yang tidak stabil. Jeong Howon (2000, hlm. 58) mengungkapkan bahwa manusia sebagai organisme yang berorientasi pada tujuan, secara alamiah akan merasa lebih buruk atau kesal apabila keinginannya tidak tercapai. Tindakan agresif cenderung dijadikan pelampiasan terhadap sumber frustrasi yang dirasakan. Apabila tindakan agresif tersebut tidak dapat diekspresikan terhadap sumber frustrasi yang sebenarnya, maka akan ada objek pengganti yang dijadikan sasaran amarah pelepas frustrasi. Di sini dapat dilihat bahwa *fandom* yang berkonflik terkadang mengekspresikan rasa marah atau frustasinya pada ‘lawan’ yang telah mengambil ketercapaian yang seharusnya dimiliki idolanya.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya mengenai *fanwar* yang terjadi di kalangan penggemar *K-Pop*, hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurwidyastuti Setiamanah Purba (2020) bahwa *fanwar* dipicu oleh rasa bangga diri yang muncul dari setiap *fandom* terhadap idolanya dan merasa bahwa idola dan *fandom* lainnya lebih rendah, dalam penelitiannya ditemukan bahwa penggemar merasa bahwa *fanwar* dapat meningkatkan kemampuan berargumentasi. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Brittany Tinaliga (2018) menunjukkan bahwa *fanwar* sebagai bentuk performativasi kompetitif, dalam hal ini terjadi kompetisi antar *fandom* dengan menunjukkan loyalitas penggemar dengan memberikan kontribusi dalam menambah jumlah *voting* penghargaan, penonton *Youtube*, dan *chart* musik. Dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa ciri khas dari identitas penggemar *K-Pop* dapat mengakar pada kepribadian seseorang.

Penelitian Lastriani (2018) menjadi pelopor penelitian mengenai *fanwar*, dalam penelitian ditemukan bahwa *fanwar* dilakukan penggemar untuk membela atau mengejek seorang idola atau grup idola *K-Pop*. Dalam penelitiannya ditemukan bahwa *fanwar* dapat berdampak positif dan negatif bagi penggemar, penggemar merasa *fanwar* sebagai penghilang stres, dapat menambah pertemanan dan memberikan rasa kepuasan, sementara dampak negatif yang diberikan bahwa *fanwar* dapat mengganggu waktu sekolah, membuang – buang waktu dan dari

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

fanwar tersebut dapat memperlihatkan sisi lemah sebuah *fandom*. Dalam penelitian Witri Yulianti (2021) ada beberapa *fanwar* yang berawal dari adanya *anti fans* yang menyamar menggunakan akun palsu. Selain itu penelitian yang dilakukan Kusnul Fitria (2022) mengidentifikasi adanya sikap agresif penggemar terhadap *haters* dalam *fanwar*, bentuk sikap agresif berupa melontarkan kata – kata kasar dan mencela.

Selain itu terdapat penelitian yang mengenai cara penggemar dalam menanggapi komentar negatif, penelitian yang dilakukan Meinawati, dkk., (2021) dengan melakukan *BUB*, penggunaan istilah *BUB (Block-Unblock)* dalam komunitas *fans* di *Twitter* dilakukan saat penggemar tidak ingin melihat atau mengakses sebuah akun atau unggahan dari sebuah akun *twitter*. *Report and Block*, dilakukan melaporkan dan memblokir akun yang memberikan unggahan jahat atau kebencian terhadap sebuah idola. Langkah biasanya dilakukan setelah ‘korban’ mengirim teguran berupa *direct message* namun tidak diindahkan oleh pelaku, dan korban akan meminta anggota *fandom* untuk serentak melakukan *report and block*. Selain dibutuhkan kemampuan untuk membaca sebuah konflik, respon seseorang terhadap konflik pun sangat beragam, langkah diatas menjadi cermin dari respon konflik yang keras dengan adanya penekanan sepihak terhadap lawan atau si pemberi komentar (Crawford dan Bodine, 2006, hlm. 10), dengan melakukan *block* dan *report* sehingga lawan tidak dapat melawan balik.

Menelik masih banyak terjadinya *fanwar* yang selalu terjadi media sosial populer seperti *Twitter* dan *Instagram* terlebih banyak *fans* atau *fandom* yang membuat komunitasnya sendiri dalam bentuk *fanbase*, sehingga memudahkan mereka dalam membuat pertemanan dengan *fans* lainnya, dan jika terjadi *fanwar* memungkinkan lingkup terjadinya *fanwar* meluas dan membahas berbagai permasalahan. Dari berbagai hasil penelitian di atas peneliti tertarik untuk menelaah hal lain dalam *fanwar*, berupa dampak yang diberikan *fanwar* dalam pertemanan dan kehidupan bersosialisasi seorang penggemar, serta mencari tahu bagaimana cara admin *fanpage* atau *fanbase* serta *fans* penggemar perorangan dalam meminimalisir dan menghindari *fanwar*. Sehingga dari penelitian ini dapat dilihat

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

bagaimana kontribusi admin *fanpage* atau *fansbase* dan *fans* perorangan dalam sebuah *fanwar*.

Fandom idola *K-Pop* yang diteliti adalah *fandom* 'CARAT' yang merupakan penggemar dari grup *SEVENTEEN*, yang merupakan grup asuhan 'Pledis Entertainment' yang debut pada tahun 2015. Terdapat diskusi antar *fans* di *website idquora* dengan judul "Apakah *fandom Seventeen Carat* benar-benar terbaik dan paling damai? Bagaimana mereka bisa sedamai itu?". Atas dasar hal tersebut peneliti tertarik untuk menelusuri lebih jauh keterlibatan *fans* dan *fandom* dalam mengurangi suatu konflik dan dinamika *fanwar* dalam komunitas *K-Pop*, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Resolusi Konflik Fandom K-Pop dalam Menghadapi Fanwar (Studi Kasus Fandom "CARAT" di Instagram)**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi permasalahan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana penyebab terjadinya *fanwar*?
2. Bagaimana dampak yang diberikan *fanwar* pada kehidupan bersosialisasi dan relasi sosial penggemar *K-Pop*?
3. Bagaimana resolusi konflik yang diterapkan menghindari dan menyelesaikan *fanwar*?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui resolusi konflik yang dilakukan oleh *fandom CARAT* dalam menghadapi dan meminimalisir terjadinya *fanwar* yang terjadi di *Instagram*. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *fanwar* yang terjadi di *Instagram* terutama yang terjadi pada *fandom CARAT* serta untuk mengetahui mendalami dampak yang diberikan *fanwar* pada *fandom CARAT*.

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

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi penyebab terjadinya *fanwar*.
2. Untuk mengetahui dampak yang diberikan *fanwar* pada kehidupan bersosialisasi dan relasi sosial penggemar K-Pop.
3. Untuk menganalisis resolusi konflik yang digunakan oleh suatu *fandom* dalam menghindari dan menyelesaikan sebuah *fanwar* terutama terutama yang terjadi di *Instagram*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari pelaksanaan ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan sosial, terutama ilmu sosiologi dapat dimasukkan sebagai bahan kajian dalam materi mata kuliah konflik dan pendidikan resolusi konflik.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, penelitian ini memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan mengenai sebuah *fandom*, *fanwar* dan resolusi konflik.
2. Bagi *fandom CARAT* dan secara umum bagi penggemar K-Pop dan *fandom* K-Pop, mampu mengurangi dan meminimalisir terjadinya *fanwar*.
3. Bagi masyarakat luas, memberikan pengetahuan mengenai resolusi konflik dan menjadi bagian pencegahan *fanwar* maupun konflik
4. Bagi ranah pendidikan. Dapat dijadikan salah satu materi bahan ajar dalam Pelajaran Sosiologi materi konflik dan resolusi konflik.

1.4.3 Manfaat Segi Isu dan Sosial

Dalam segi isu dan sosial ini, penelitian yang dilakukan diharapkan dapat digunakan sebagai edukasi terkait dengan persepsi penggemar terhadap *fanwar* yang terjadi di media sosial dan bagaimana dinamika kehidupan manusia dalam bermedia sosial. Dari penelitian ini dapat dilihat penyebab terjadinya *fanwar* dan

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

dapat mengidentifikasi bagaimana penyelesaian *fanwar* yang dapat diterapkan dalam konflik di media sosial.

1.4.4 Manfaat Segi Kebijakan

Dalam segi kebijakan, manfaat yang diharapkan dapat diciptakan dari penelitian yang dilakukan adalah dengan mengungkapkan fakta lapangan yang ada, sehingga harapan kedepannya mampu sesuai dengan apa yang dicita-citakan dan menjadi sebuah dasar dalam pembuatan kebijakan. Terutama kebijakan mengenai penggunaan media sosial dan mengembangkan Undang – Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Dalam skripsi ini terstruktur dalam lima bab sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab Pendahuluan merupakan bab perkenalan. Pada Pendahuluan berisi tentang: Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Struktur Organisasi Skripsi. Latar belakang menjelaskan pemilihan tema “Resolusi Konflik *Fandom K-Pop* dalam Menghadapi *Fanwar* (Studi Kasus *Fandom “CARAT” di Instagram*)”.

BAB II Kajian Pustaka

Pada Kajian Pustaka berisi konsep dan teori yang berkaitan dengan penelitian, di antaranya: sejarah K-Pop, konsep *fanwar*, konsep *fandom*, teori konflik (Lewis A. Coser), identitas sosial oleh Henri Tajfel, resolusi konflik (Ronald. J Fisher, Crawford dan Bodine, Marie Dugan), teori relasi sosial (Gilin dan Gilin).

BAB III Metode Penelitian

Pada Metode Penelitian berisi tentang: pendekatan penelitian, desain penelitian, partisipan, lokasi penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV Temuan dan Pembahasan

Pada Temuan dan Pembahasan menjelaskan: temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan analisis data dengan urutan permasalahan penelitian dan pembahasan temuan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah

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

BAB V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Pada bab ini berisi simpulan, implikasi dan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan sekaligus mengajukan hal – hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian. Implikasi dan rekomendasi ditujukan kepada pembaca, pengguna hasil penelitian yang bersangkutan dan peneliti selanjutnya.