

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hallyu atau gelombang Korea merupakan sebuah fenomena yang dialamatkan kepada *booming*-nya produk-produk budaya Korea seperti drama, musik, film dan makanan. Fenomena ini pertama kali dipopulerkan para jurnalis di Beijing. Ini diawali pada pertengahan tahun 1990-an setelah Korea melakukan hubungan diplomatik dengan Tiongkok pada tahun 1992, kemudian drama Korea dan musik popnya mendapatkan popularitas di komunitas berbahasa China. Salah satu drama yang sukses di sana, yaitu K-Drama yang berjudul *What is Love About* diputar pada tahun 1997 oleh stasiun *China's national China Central Television* (CCTV) dan mendapat sambutan yang besar oleh masyarakat Tiongkok, yakni sebesar 4,2% atau sekitar lebih dari 150 juta pemirsa di Tiongkok (Chua, dkk, 2008, hlm. 25). Sejak saat itu, drama Korea tidak hanya populer di China, melainkan di banyak negara, salah satunya Indonesia. Tidak hanya dalam segi drama, musik Korea yakni *K-Pop*, juga kemudian memiliki popularitasnya sendiri dan bahkan memiliki penggemarnya sendiri yang cenderung lebih royal ketimbang penggemar *K-Drama* atau budaya Korea lainnya.

Di Indonesia, musik *K-Pop* memiliki penggemar yang semakin lama semakin meningkat. Tidak hanya anak-anak, orang dewasa pun juga mengenal budaya ini. Penggemar *K-Pop* ini biasa disebut *K-Popers* yang merupakan singkatan dari *K-Pop Lovers*. Masuknya *K-Pop* diawali dengan masuknya drama-drama Korea di televisi Indonesia. Salah satunya adalah *Boys Over Flowers*, yang kemudian menjadi salah satu dari beberapa drama Korea sebelumnya yang membuka jalan bagi drama-drama Korea yang baru masuk. Tak lama kemudian, musik *K-Pop* pun juga mulai terkenal di masyarakat. Grup-grup seperti Super Junior, Big Bang, SHinee, dan 2NE1 menjadi pendobrak pertama meledaknya *K-Pop* di Indonesia. Hal ini menyebabkan munculnya *boygroup* dan *girlgroup* buatan Indonesia, seperti SM*SH dan Cherry Bell. Selain itu, iklan Shopee yang

menggunakan BLACKPINK sebagai *brand ambassador*-nya dan Tokopedia dengan BTS sebagai *brand ambassador* mereka, membuktikan bahwa budaya *K-Pop* masih menjadi budaya yang paling digemari banyak orang di Indonesia (Syafikarani dan Deanda, 2020). Bisa dilihat dari bagaimana anak-anak kecil yang mengenal lagu Ddu-Du-Ddu-Du dari BLACKPINK karena iklan Shopee tersebut.

Fenomena *K-Pop* di Indonesia telah memberikan dampak positif maupun negatif bagi masyarakat Indonesia. Salah satu dampak positif tersebut adalah banyak sekali yang bisa dipelajari dari setiap lagu *K-Pop*. Grup BTS, contohnya, selalu memberikan pesan-pesan tersembunyi yang mengharukan di lagu-lagu mereka, yakni tentang mencintai diri sendiri (*Love Myself*). Karena hal ini, mereka berakhir menjadi pembicara di UNICEF yang berkaitan dengan hal tersebut dan merilis video kampanye dalam rangka merayakan Hari Persahabatan Dunia (UNICEF, 2019). Hal ini patut diapresiasi mengingat masih banyaknya masyarakat yang mengalami depresi atau memiliki kepercayaan diri yang rendah terhadap diri sendiri. Lagu-lagu BTS ini bisa menjadi penyemangat untuk mereka agar tetap bertahan dalam hidup ini, lebih mencintai diri sendiri karena kebahagiaan yang sebenarnya berasal dari diri sendiri. Selain itu, dampak positif lain dari *K-Pop* adalah *K-Popers* kerap kali melakukan kegiatan sosial yang bersifat positif, yaitu donasi. Salah satu donasi yang pernah dilakukan oleh *K-Popers* Indonesia adalah ketika BTOB Changsub ulang tahun, dimana fans BTOB menggalang dana untuk Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia (YKAKI Cab. Bandung), orang-orang yang membutuhkan, dan bahkan kucing liar (Kumparan, 2018).

Namun, sayangnya, dampak negatif fenomena ini juga tidak kalah banyaknya. Orang awam cenderung menganggap negatif budaya *K-Pop* ketimbang dampak positifnya. Salah satu dampak negatifnya adalah terlalu berlebihannya *K-Popers* dalam mencintai idolanya. Maksud dari berlebihan ini memiliki banyak arti, pertama adalah bagaimana *K-Popers* menghambur-hamburkan uang demi bisa menonton konser idolanya atau membeli barang *merchandise* mereka. Hal ini sudah bukan sesuatu yang aneh lagi di kalangan *K-Popers*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Andina (2019, hlm. 47), dimana ia mengambil kesimpulan bahwa *K-Popers* rela membeli barang-barang yang berkaitan dengan idolanya, misalnya album, karena mereka merasa bangga jika idolanya menduduki

peringkat pertama di tangga musik dan penghargaan akhir tahun sebagai Album Terbaik. Mereka bahkan rela menyiksa diri mereka, seperti tidak jajan atau tidak makan, agar uang yang mereka punya bisa digunakan untuk membeli sesuatu yang berkaitan dengan idolanya. Sedangkan, yang kedua adalah terlalu berlebihan mereka dalam membela idola mereka. Pada hakikatnya, selain mengagumi *idol*, *fans* juga mendukung *idol* mereka, seperti mengikuti kegiatan *idol* dan menonton konser musik (bagi penyanyi) atau pun menonton filmnya (bagi aktor/aktris). Mereka ingin menunjukkan fanatisme terhadap *idol* mereka (Widiarti, 2012), tanpa memasalahkan apakah mereka akan direspon oleh sang *idol* atau tidak. Karena itu, di dunia *K-Pop*, sesuatu seperti *fanwar* (perang antar *fans*) bukanlah sesuatu yang aneh. Tidak semua *fans* menyukai para *idol*, bahkan ada yang membenci idol tertentu atau sering disebut dengan *haters* yang sering mencibir dan berakhir menimbulkan *fanwar*. Tinalaga (2018, hlm. 4) mengemukakan bahwa penggemar tidak lagi hanya mendukung musik *idol* mereka dan menyoroti keberhasilan mereka, tetapi juga merendahkan atau bahkan secara langsung menyerang *idol* atau *fandom* hanya karena minat dan keyakinan mereka tidak selaras (*toxic competitive performativity*). *Fans* jenis ini adalah *fans* yang selalu beranggapan bahwa *idol*-nya tidak terkalahkan dan yang paling hebat di antara *idol* lain. Demi menunjukkan eksistensinya sebagai *fans* dan mendapat pengakuan dari idolanya atau pengakuan dari masyarakat tentang idolanya, mereka akan melakukan apa saja, bahkan meski harus berseteru dengan *fans* lain. Biasanya, *fanwar* tidak melalui tatap muka, melainkan di media sosial, seperti Twitter atau Instagram, karena di media sosial, orang bebas menulis apa saja, baik itu kritik, hujatan, komentar, dan sebagainya. Media sosial adalah sarana yang pas untuk menyatakan pendapat tanpa harus menunjukkan identitas asli wajah. Baik dari *username*, *display picture*, sampai *bio*, semua bisa dimanipulasi dengan menggunakan wajah orang lain. *Fans* yang melakukan *fanwar* biasanya menggunakan wajah idolanya, karena itulah identitas pelaku *fanwar* tidak gampang diketahui. Namun, meski begitu, sebelum *fans* mengenal internet, pernah terjadi suatu *fanwar* yang besar dan nyata, yaitu penggemar H.O.T dan penggemar SECHKIES. Orang-orang yang melakukan *fanwar* tidak hanya berperang lewat *keyboard*, tapi mereka juga saling berkelahi satu sama lain.

Jika hal ini terus terjadi, maka konflik antar *fans* tidak akan pernah selesai. Konflik sendiri menurut Mitchell (1981, hlm. 1) merupakan hubungan dua pihak atau lebih yang menganggap bahwa mereka tidak memiliki tujuan yang sama. Masing-masing penggemar yang ingin membela idolanya masing-masing memiliki tujuan dan kepentingan yang berbeda sehingga konflik itu terjadi. Hal ini bisa menimbulkan disintegrasi sosial di antara *fans* yang berselisih. Dalam KBBI, disintegrasi adalah suatu keadaan tidak bersatu padu atau keadaan terpecah belah; hilangnya keutuhan atau persatuan; perpecahan. Disintegrasi secara harfiah dipahami sebagai perpecahan suatu bangsa menjadi bagian-bagian yang saling terpisah. Menurut Soekanto (2017, hlm. 289), disintegrasi atau disorganisasi adalah suatu keadaan dimana tidak ada keserasian pada bagian-bagian dari suatu kebulatan. Artinya, *fanwar* bisa menyebabkan disintegrasi karena tidak adanya keserasian antar *fans* yang menganggap bahwa masing-masing *idol* mereka paling hebat, sehingga timbul disintegrasi sosial. Semua pihak memiliki pendapatnya sendiri dan ketika pendapat itu tidak sesuai, maka timbul *fanwar* di antara mereka.

Pada dasarnya, *fanwar* tidak hanya saling memberikan argumen antar sesama *fans*, tapi juga berisi tentang *hoax*, *hate speech*, dan sebagainya. Menurut *Council of Europe hatespeech* (2012), *hate speech* adalah semua bentuk ekspresi yang menyebar, menghasut, mempromosikan atau membenarkan kebencian rasial, *xenophobia*, anti-semitisme atau lainnya dalam bentuk kebencian berdasarkan intoleransi, termasuk: intoleransi nasionalisme agresif dan etnosentrisme, diskriminasi dan permusuhan terhadap kelompok minoritas, migran dan orang-orang asal imigran. Seperti yang terjadi pada pendukung Jokowi dan pendukung Prabowo kemarin, masyarakat saling menghujat satu sama lain karena mendukung orang yang berbeda. Tidak hanya menghujat perbuatannya, para *haters* masing-masing pihak juga menghujat fisik dan hal lain yang tidak relevan. Hal itu juga terjadi pada *fandom K-Pop*. *Haters* bisa melakukan apa saja untuk menjatuhkan *idol* yang tidak disukainya. Contohnya adalah kejadian salah satu anggota Super Junior, yaitu Shindong, kemarin. Dalam acara *Knowing Brothers*, Shindong sebagai salah satu MC di sana melakukan wawancara suatu girl group bersama dua MC lainnya. MC yang lain bertanya ke salah satu anggota girl group tersebut, yaitu apakah belajar Bahasa Korea sulit karena mengingat yang bersangkutan bukan orang

Korea. Tamu tersebut bilang tidak sulit dan ditimpali lagi oleh MC yang bertanya bahwa sepertinya memang sulit. Setelah itu, Shindong langsung berkomentar kalau dia sulit mengerti aksen tamu tersebut. Akibatnya, Shindong mendapat kecaman dari banyak orang yang mengatakan bahwa Shindong adalah seorang *xenophobic*. Bahkan banyak pihak yang tidak hanya mengecam dia soal komentarnya, tapi juga melakukan *fat-shaming* terhadap anggota Super Junior tersebut. Padahal, jika melihat video aslinya, setelah mengatakan hal itu, Shindong langsung memuji tamu tersebut karena sudah percaya diri dalam berbicara bahasa Korea. Bisa dilihat dari kasus ini bahwa demi menjatuhkan suatu *idol*, *haters* sanggup memotong kebenaran dan memutarbalikan fakta.

Pelaku *fanwar* biasanya adalah remaja atau anak-anak karena cara berpikir mereka yang masih belum dewasa dan ego mereka yang masih tinggi. Dalam pembelajaran IPS, fenomena *fanwar* ini juga dapat menimbulkan banyak hal negatif, khususnya dari segi karakter. Jika dilihat dari standar isi, IPS sangat kental dengan nilai-nilai yang merajut kebhinekaan, sejarah bangsa, rasa tanggung jawab, saling menghargai, dan sebagainya. Nilai-nilai dan karakter yang ditumbuhkembangkan melalui pembelajaran IPS adalah kerja sama, gotong royong, cinta tanah air, tanggung jawab, serta menghargai dan merespon masalah bangsa. Pembelajaran IPS juga diharapkan dapat melatih peserta didik untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilan seperti berkomunikasi, beradaptasi, bersinergi, bekerja sama, bahkan berkompetisi sesuai dengan adab dan norma-norma yang ada. Fanatisme yang berlebihan kemudian menjadi senjata yang akan menyerang tujuan pembelajaran IPS yang sebenarnya, yaitu lebih menekankan aspek pendidikan daripada transfer konsep agar peserta didik memperoleh pemahaman terhadap sejumlah konsep dan mengembangkan serta melatih sikap, nilai, moral, dan keterampilan berdasarkan konsep yang telah dimiliki (Mrtorell dalam Solihatin, 2008, hlm. 14). Bisa disimpulkan bahwa pembelajaran IPS terpadu adalah pembelajaran yang sangat menekankan karakter peserta didik, sementara pelaku *fanwar* tidak akan pandang bulu apakah dia teman atau senior. Bila mereka tak sepaham tentang idolanya ataupun terjadinya salah argumen, *fans* ini akan merasa marah dan berusaha membela idola mereka sehingga berdampak pada dialog-dialog yang tanpa alasan dan tak berdasar. Mereka yang

berbeda pendapat akan menerima cacian dan kata-kata yang kasar. Akibatnya banyak terjadi permusuhan antar sesama hanya karena membela idola mereka masing-masing. Tidak adanya saling menghargai antar pendapat masing-masing pihak membuat fenomena *fanwar* ini melenceng dari tujuan pembelajaran IPS yang diinginkan.

Namun, hal itu tidak menghentikan kenyataan bahwa masih banyak mahasiswa yang juga melakukan *fanwar*. Hal ini sungguh memprihatinkan mengingat bahwa seharusnya mahasiswa sudah mempunyai pemikiran yang dewasa dan bisa mengendalikan egonya. Di beberapa penelitian sebelumnya, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Lastriani (2018, hlm. 95), mengungkapkan bahwa beberapa mahasiswa dan pekerja masih melakukan kegiatan *fanwar* di media sosial. Mereka melakukan *fanwar* karena ingin meluruskan hal-hal yang menurut mereka tidak benar, bahkan rela menggunakan kata-kata kasar jika orang lain tidak sesuai dengan apa yang mereka yakini. Penelitian dari Apriliani dan Setiawan (2019, hlm. 116) juga mengungkap bahwa mahasiswa penggemar musik *K-Pop* senantiasa merespons secara spontan terhadap orang lain yang menilai dirinya sebagai penggemar musik *K-Pop* maupun pada orang lain yang menghina idola kegemarannya. Respons yang dilakukan adalah berupa penghinaan kembali atau pembantahan, bahkan sampai melakukan perang pendapat (*fanwar*) di media sosial. Jika hal ini terus terjadi, mahasiswa yang seharusnya menjadi *social control* dan *moral force* di antara *fans* yang berseteru (yang kebanyakannya adalah remaja labil), tidak menjalankan tugasnya dengan baik dan malah terlibat dalam konflik. *Social control* itu sendiri adalah memfokuskan diri pada teknik-teknik dan strategi-strategi yang mengatur tingkah laku manusia dan membawanya kepada penyusaian atau ketaatan kepada aturan-aturan masyarakat. Seseorang mengikuti hukum sebagai respon atas kekuatan-kekuatan pengontrol tertentu dalam kehidupan seseorang. Seseorang menjadi kriminal ketika kekuatan-kekuatan yang mengontrol tersebut lemah atau hilang. Sedangkan, *moral force* adalah bahwa mahasiswa sebagai pembentuk moral dalam suatu lingkungan masyarakat. Seorang mahasiswa seharusnya menjadi teladan moral yang baik untuk masyarakat sehingga ketika mahasiswa masih terlibat dalam kegiatan *fanwar*, maka masyarakat cenderung akan melakukan hal yang sama,

khususnya para remaja yang masih belum tahu mana yang salah dan mana yang tidak. Kemudian, mahasiswa yang seharusnya menjadi contoh yang baik bagi si remaja, malah melakukan hal yang sebaliknya, yaitu menghasut orang lain untuk menghujat *fans idol* lain bersama.

Pada dasarnya, di media sosial tidak mengenal batasan umur. Semua orang bisa berteman akrab dan bisa saling mem-*follow* satu sama lain meski dengan usia yang berbeda jauh, karena di sana umur bukanlah sesuatu yang diperlihatkan secara terang-terangan, kecuali kalau mereka sudah akrab atau memang sudah perkenalan sejak awal saling berinteraksi. Remaja yang labil dan mahasiswa yang tidak mampu menjadi contoh yang baik dapat menyebabkan perpecahan jika terjadi dalam skala besar, terlebih lagi mengingat betapa banyak penggemar *K-Pop* di Indonesia.

Berdasarkan permasalahan yang sudah dipaparkan di atas, maka peneliti terdorong untuk mencari tahu lebih jauh mengenai permasalahan tersebut ke dalam judul “Fenomena Disintegrasi Sosial melalui *Fanwar* antara *K-Popers* di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus pada Penggemar *K-Pop* di Twitter)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Mengapa mahasiswa terlibat dalam perang antar *fans (fanwar)* yang memicu keributan antar *K-Popers* di Twitter?
2. Bagaimana gambaran kegiatan perang antar *fans (fanwar)* yang terjadi di Twitter?
3. Bagaimana dampak dari perang antar *fans (fanwar)* bagi kalangan mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah melihat rumusan masalah, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui alasan mengapa mahasiswa masih melakukan perang antar *fans (fanwar)* yang bisa memicu keributan antar *K-Popers* di Twitter.
2. Untuk mengetahui lebih rinci bagaimana gambaran kegiatan perang antar *fans (fanwar)* di Twitter.

3. Untuk menganalisis dampak dari perang antar *fans (fanwar)* bagi kalangan mahasiswa.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Penelitian secara Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian dapat memberikan gambaran mengenai *fanwar* yang terjadi di kalangan mahasiswa penggemar *K-Pop* di Twitter dan dampaknya, serta bermanfaat untuk perkembangan Ilmu Pengetahuan Sosial yang mengkaji tentang konflik dan integrasi dalam kehidupan sosial.

1.4.2 Manfaat Penelitian secara Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara langsung maupun tidak langsung dalam praktek kehidupan sehari-hari, diantaranya:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta pertimbangan untuk penelitian-penelitian lain agar melakukan penelitian yang sama dan tidak hanya tentang disintegrasi sosial saja, melainkan permasalahan lain yang akan terjadi dari kegiatan *fanwar* serta upaya penyelesaiannya.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap, menjabarkan, dan membahas kepada orang awam apa yang terjadi pada *K-Popers* di Twitter serta konfliknya.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan kepada *K-Popers*, baik anak-anak maupun mahasiswa, tentang *fanwar* dan menjadikannya sebagai bahan renungan.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi mengenai *fanwar* antara *K-Popers* dan dapat menjadikannya sebagai sumber belajar dalam pembelajaran IPS atau Sosiologi yang dapat membentuk peserta didik yang mampu menghargai sesamanya.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Dalam penyusunan penelitian ini terdiri dari beberapa bab yang disusun secara bertahap, di antaranya:

Bab I, merupakan pendahuluan yang merupakan gambaran umum dari penelitian ini secara menyeluruh. Pendahuluan ini membahas mengenai latar belakang dari penelitian yang kemudian akan dirumuskan rumusan masalah, tujuan dari penelitian dan manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini serta struktur penelitian.

Bab II, merupakan pengembangan dari kajian teori yang berhubungan dengan permasalahan yang dikaji, yaitu fenomena disintegrasi sosial melalui *fanwar* antara *K-Popers* di kalangan mahasiswa yang merupakan penelitian studi kasus pada penggemar *K-Pop* di Twitter, serta penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *fanwar*.

Bab III, merupakan bab yang mengkaji tentang metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti, di dalamnya meliputi desain penelitian, partisipan dan lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, analisis data dan validitas data.

Bab IV, merupakan paparan hasil dan pembahasan penelitian mengenai “Fenomena Disintegrasi Sosial melalui *Fanwar* antara *K-Popers* di Kalangan Mahasiswa”. Secara garis besar, bab ini mendeskripsikan hasil kegiatan penelitian sesuai dengan desain penelitian yang telah ditentukan.

Bab V, merupakan bab terakhir yang berisi simpulan dan rekomendasi dari hasil penelitian mengenai fenomena disintegrasi sosial melalui *fanwar* antara *K-Popers* di kalangan mahasiswa. Pada bab ini juga dipaparkan implikasi dari penelitian ini serta memberikan rekomendasi kepada *K-Popers*, masyarakat, bidang pendidikan, dan penelitian selanjutnya.