

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Di era yang serba digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangatlah cepat. Teknologi informasi dan komunikasi pada zaman ini dinilai amat sangat dibutuhkan karena mendukung setiap orang untuk mendapatkan informasi yang tepat dan juga akurat, serta mendukung setiap orang untuk berkomunikasi dengan baik kapanpun, dimanapun dan dengan siapapun. Dalam berkomunikasi tentu terdapat sarana atau media yang digunakan agar komunikasi tersebut dapat dilakukan dengan lancar, begitupun dengan informasi, terdapat sarana yang digunakan agar informasi tersebut dapat sampai dengan baik sehingga penerima dapat menerima informasi dengan jelas begitupun si pemberi informasi. Media dan sarana informasi dan komunikasi banyak sekali macamnya seperti lewat tulisan, lewat mulut, lewat internet dan lain sebagainya (Menrisal, 2021).

Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ini, berbagai sosial mediabanyak bermunculan. Sosial media yang sering didengar seperti Twitter, Instagram, Facebook, WhatsApp, dan lain sebagainya seringkali digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan media sosial ini dapat memudahkan mencari informasi yang sedang hangat dibicarakan dan juga memudahkan untuk saling berkomunikasi dengan siapapun. Sosial media ini memiliki banyak manfaat dan juga tidak sedikit pula dampak buruk yang diberikan. Manfaat yang dapat diambil dari penggunaan sosial media ini yaitu

dapat mencari informasi dengan mudah dan juga cepat, serta dapat berkomunikasi dengan siapapun, dimanapun, dan kapanpun tanpa menganal waktu.

Adanya sosial media ini membuat kita dapat memiliki teman secara virtual. Sedangkan dampak negatif yang ditimbulkan yaitu lupa akan waktu karena terlalu banyak memainkan sosial media, serta banyaknya berita-berita yang tidak benar atau yang lebih dikenal dengan berita *hoax* yang tersebar di sosial media. Hal lainnya adalah adanya gambar yang tidak senonoh yang terkadang muncul di sosial media yang kita gunakan.

Didukung dengan canggihnya teknologi, masyarakat saat ini dengan mudah mengakses apapun yang mereka inginkan, seperti halnya budaya yang sedang populer saat ini. Saat ini budaya *K-Pop* atau *Korean Populer* sedang digandrungi oleh remaja Indonesia (Khairunnisa, 2019). Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini, membuat penyebaran *K-Pop* semakin mudah dan luas dikalangan masyarakat Indonesia. Dalam bahasa korea sendiri kata *Hallyu* lebih dikenal untuk menyebutkan *fenomena* penyebarluasan budaya Korea secara global baik itu melalui drama korea atau yang biasa kita sebut sebagai drakor maupun melalui lagu-lagu yang dibawakan oleh idol-idol korea baik itu *soloist*, *boyband*, ataupun *girlband* korea.

Penyebaran budaya korea di Indonesia sendiri dimulai dari sejak awal 2000-an dimana adanya beberapa drama korea yang diputar di televisi Indonesia. Penyebarluasan *Hallyu* ini dibentuk oleh pemerintahan negara Korea

dengan bantuan industri dan media yang dimiliki sebagai penggerak dan pelaku budaya pop korea (Yulianti, 2021). *Hallyu* dipercaya dapat disukai semua orang di dunia karena memadukan budaya barat yang telah populer terlebih dahulu dan juga budaya korea yang dikenalkan melalui aktris dan aktor dalam drama korea kolosal dan juga melalui idol-idol *K-Pop* yang tergabung dalam sebuah group.

Penyebaran ini telah terbukti karena pada saat ini banyak sekali orang-orang yang telah mengenal *K-Pop* sendiri. *K-Pop* yang saat ini digandrungi oleh anak-anak muda banyak menggunakan lagu-lagu pop dimana menurut Hall dan Whannel lagu pop sangat menggambarkan kesulitan pada remaja dalam menghadapi kesulitan persoalan emosi, seksual, dan mengekspresikan dilema emosional remaja dengan gamblang (Yulianti, 2021). Banyak sekali idol korea baik *boygroup*, *girlgroup*, maupun *soloist* mengangkat lagu yang bertemakan emosi pada diri remaja.

Dibalik suksesnya *K-Pop* yang mendunia diketahui bahwa adanya dukungan dari para penggemar atau *fans* yang selalu mendukung apapun yang idol lakukan. Para penggemar ini akan rela menghabiskan waktu berjam-jam demi menonton *video music* dari idol mereka atau yang biasa disebut dengan *streaming*. Selain itu mereka akan membuat *secound account* untuk mengetahui berita-berita mengenai idol mereka. Bahkan ada yang rela berlangganan aplikasi untuk bisa *chatting* dengan idol yang mereka sukai. Seorang penggemar yang amat sangat menyukai idolnya akan terus membela dan mendukung apapun yang dilakukan oleh idol mereka.

Tak jarang juga mereka rela membeli sebuah *merchandise* ataupun album yang idol mereka keluarkan yang diketahui bahwa sebuah album memiliki harga yang agak lumayan karena dikirim langsung dari Korea. Penggemar setia pastinya akan membela idol mereka bila ada yang mencela idol mereka karena mereka tau bahwa menjadi seorang idol tidaklah mudah, ada perjalanan panjang yang harus dilalui para idol tersebut sebelum sukses seperti apa yang para penggemarnya banggakan. Jika ada seseorang yang menghina idol mereka ataupun mencela idol mereka, mereka akan melindungi dan secara suka rela membela idol kebanggan mereka tersebut. Hal ini akan memunculkan perdebatan anatar penggemar dan membuat adanya *fanwar*.

*Fanwar* sendiri lebih sering dikenal dikalangan para *K-Popers* (sebutan untuk para penyuka *K-Pop* yang biasa digunakan oleh kaum yang tidak terlalu mengenal *K-Pop*). *Fanwar* sendiri merupakan Bahasa Inggris yang diambil dari kata *fan* yang berarti penggemar dan *war* yang berarti perang. *Fanwar* sendiri dapat diartikan sebagai pertengkaran yang dilakukan oleh para penggemar untuk mendukung idol yang mereka sukai. *Fanwar* biasanya dapat ditemukan di berbagai sosial media. *Fanwar* biasanya terjadi karena adanya penggemar yang membandingkan idol yang disukainya dengan idol lain yang membuat para penggemar dari idol tersebut tidak terima dan berakhir dengan saling adu argumen siapa yang lebih baik. Biasanya para penggemar akan membandingkan jumlah penjualan album, jumlah penonton youtube sebuah musik video dari idol, pencapaian tangga lagu, jumlah penghargaan yang diterima dan lain sebagainya.

*Fanwar* dapat dikatakan sebagai bentuk fanatisme penggemar *K-Pop*

kepada idol yang mereka sukai. Fanatisme yang ditunjukkan oleh penggemar *K-Pop* ini secara tidak langsung akan membentuk identitas dan kebiasaan mereka dalam bersosial media. Penggemar ini biasanya akan meyakini bahwa apa yang mereka lakukan adalah benar, dan mereka akan meyakini apa yang menurut mereka benar. Maka dari itu penulis dalam hal ini akan membuat penelitian yang berjudul “Konflik Sosial Berbentuk *Fanwar* Antar Penggemar *Group K-Pop* di Media Sosial Twitter”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang dipaparkan di dalam latar belakang, maka dapat diambil rumusan masalah yang akan digunakan dari penelitian dengan judul “Konflik Sosial Berbentuk *Fanwar* Antar Penggemar *Group K-Pop* di Media Sosial Twitter”, adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Apa faktor yang mendorong terjadinya *fanwar* antar penggemar *group K- Pop* di sosial media twitter?
- 1.2.2 Apa dampak yang dihasilkan dari adanya *fanwar* antar penggemar *group K- Pop* di media sosial twitter?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan apa yang ada di rumusan masalah, maka tujuan diadakannya penelitian mengenai “Konflik Sosial Berbentuk *Fanwar* Antar Penggemar *Group K-Pop* di Media Sosial Twitter” adalah sebagai berikut:

- 1.4.1 Untuk mengetahui apa saja yang mendorong terjadinya *fanwar* dikalangan penggemar *K-Pop* dalam media sosial twitter.

1.4.2 Untuk mengetahui dampak apa yang dihasilkan dari adanya *fanwar* antar penggemar group *K-Pop*.

#### **1.4 Manfaat Hasil Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, terdapat dua jenis kegunaan penelitiandiantaranya:

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis menjelaskan aspek kemanfaatan hasil penelitian dari segi untuk pengembangan keilmuan (manfaat ilmiah). Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan di bidan ilmu sosial yang menjurus ke ilmu sosiologi khususnya mengenai konflik sosial dalam media sosial, penelitian ini juga diharapkan mampu menambah pengetahuan yang berhubungan dengan konflik sosial berbentuk *fanwar* antar penggemar *K-Pop* dalam media sosial twitter,

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis menjelaskan aspek kemanfaatan hasil penelitian dari segi untuk masukan bagi pembuatan kebijakan, maupun aplikasinya. Dalam hal ini peneliti berharap nantinya para penggemar *K-Pop* atau *K-Popers* dapat mengurangi *fanwar* yang terjadi dan tidak lagi terlibat dalam *fanwar* yang terkadang membuat nama sebuah fandom jelek.

#### **1.5 Kerangka Berpikir**

Saat ini kegiatan manusia berhubungan erat dengan media sosial. Media sosial di era ini sangatlah digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Di dalam media

sosial semua dapat diketahui dengan mudah. Mulai dari informasi yang benar hingga informasi yang tidak benar atau biasa diketahui sebagai *hoax*. Interaksi di dalam media sosial juga banyak jenisnya. Kalian dapat menemukan orang yang bertukar pendapat hingga yang sedang berdebat. Saat ini kebutuhan manusia terhadap media sosial sangatlah tinggi. Jika tidak memiliki sosial media akan dianggap kudet atau kurang update. Hal ini membuat banyaknya orang yang memiliki social media.

Dengan penggunaan media sosial yang beragam ini tidak menutup kemungkinan untuk digunakan dalam hal-hal yang kurang positif. Contohnya di dalam sosial media twitter sendiri. Banyak penggemar yang menggunakan akun media sosial kedua atau biasa dikenal dengan *seccound account* untuk mendukung idola yang mereka gemari. Biasanya para *seccound account* ini menggunakan username dan foto profil idola mereka agar mereka tidak dikenali di kehidupan nyata mereka atau di kehidupan mereka yang sebenarnya di luar sosial media.

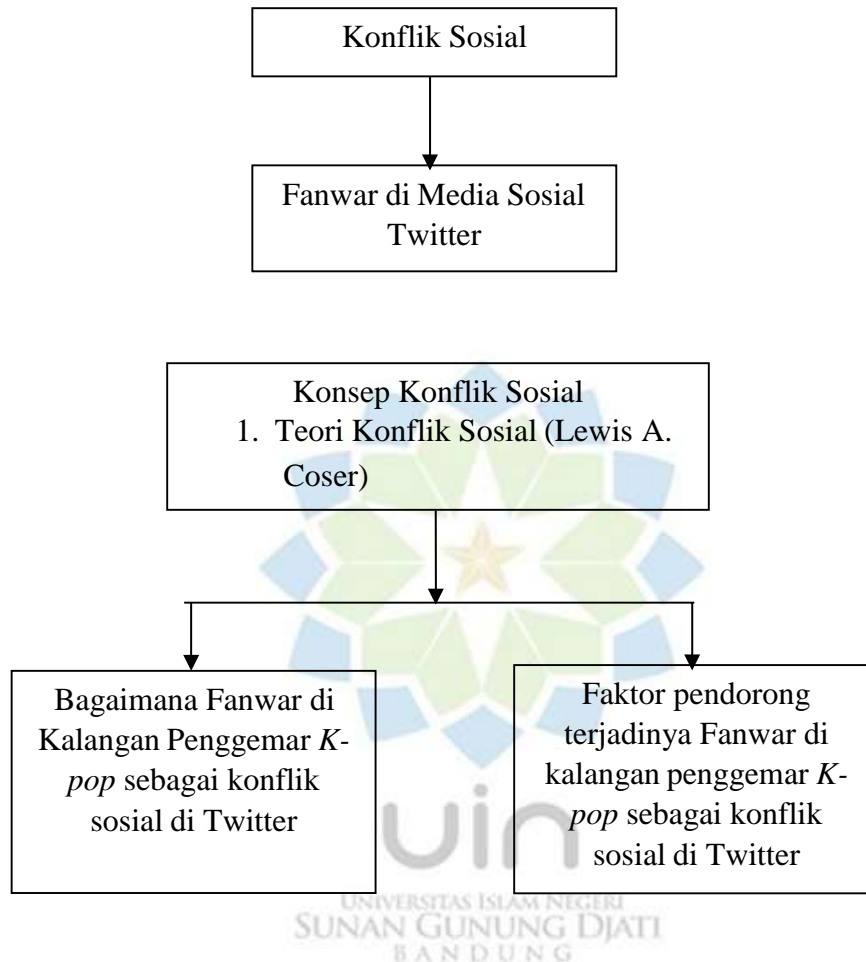
Para penggemar ini akan mendukung idola mereka sebisa mungkin. Hal ini dapat menimbulkan perang antar penggemar atau yang biasa dikenal dengan sebutan *fanwar* oleh kancah media social twitter. *Fanwar* sendiri biasanya dilakukan oleh para penggemar idol *K-Pop* karena biasanya saling menjelekan idol satu sama lain yang membuat para penggemar tersebut tidak terima dan terjadilah saling serang di media sosial twitter.

Dalam hal ini teori konflik sosial yang digunakan di dalam penelitian ini

yaitu teori konflik sosial yang dicetuskan oleh Lewis A. Coser dimana Coser mengatakan bahwa konflik dapat merupakan proses yang bersifat instrumental dalam pembentukan, penyatuan dan pemeliharaan struktur sosial (Tualeka, 2017). Perbedaan teori konflik Coser dengan yang lainnya adalah Coser menekankan pentingnya konflik untuk mempertahankan keutuhan kelompok seperti yang akan dibahas dalam penelitian ini. Konflik dengan kelompok lain dapat meningkatkan solidaritas sebuah kelompok (Tualeka, 2017).





**Gambar 1.1****Skema Konseptual Kerangka Berpikir****1.6 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti berusaha mengidentifikasi masalah yang ada yaitu adanya sebuah konflik yang terjadi antara para penggemar *K-Pop* dimana para penggemar tersebut membela idol mereka dan mereka bahkan berani menjatuhkan idol lain dan mencela idol lain demi membela idol mereka yang mereka anggap paling benar.

Hal ini membuat apa yang fenomena dimana *fanwar* dikalangan para penggemar *K-Pop* adalah hal yang biasa.

### 1.7 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang menyerupai penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Witria Yulianti (2021) dengan judul Fenomena *Fanwar* Dikalangan Penggemar *K-Pop* Pada Media Sosial Instagram. Di dalam penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana fenomena *fanwar* ini dapat terjadi di media sosial instagram serta penyebab apa yang mendasari adanya *fanwar* ini di kalangan para penggemar idol *K-Pop* yang terjadi.

Berdasarkan penelitian tersebut yang dilakukan dengan cara observasi dan juga wawancara, menyimpulkan fenomena *fanwar* dapat terjadi ketika para *fans* mulai jenuh dengan kelakuan *antifans* yang selalu membandingkan idol lain dengan idol yang lainnya. Adapun saat ini lebih sering dijumpai *fanwar* di berbagai media sosial karena saat ini sosial media mudah diakses oleh siapapun, berbeda saat jaman sebelumnya dimana sosial media dan internet masih sulit diakses. Dalam penelitian ini juga menyebutkan bahwa *fanwar* tidak hanya terjadi antar kelompok *fans*, terkadang antar *fans* satu kelompok/fandom pun dapat terjadi *fanwar*. Hal ini dapat terjadi karena *fans* antar anggota merasa kepopuleran setiap anggota berbeda.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu membahas mengenai *fanwar* antar penggemar *K-Pop* di media sosial. Adapun persamaan lainnya yaitu mengenai metode yang menggunakan metode kualitatif

dengan observasi dan wawancara. Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian terletak pada media sosial yang digunakan, dimana penelitian ini menggunakan media sosial Instagram sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan media sosial Twitter.

Penelitian ke-dua dilakukan oleh Asfira Rachmad Rinata dan Sulih Indra Dewi (2019) dengan judul *Fanatisme Penggemar K-Pop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram*. Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana fanatisme penggemar *K-Pop* yang dilihat dari bagaimana aktivitas yang dilakukan para penggemar dalam bermedia sosial Instagram. Para penggemar ini biasanya melakukan *fansirling* yaitu sebutan untuk aktivitas yang dilakukan untuk mendukung idola mereka.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa aktivitas penggemar dalam bermedia sosial ini dilihat dari postingan mereka dan bagaimana mereka menanggapi unggahan-unggahan yang dilakukan oleh idol yang mereka sukai. Hal lainnya dapat dilihat dari bagaimana mereka menanggapi berita-berita *hoax* atau berita yang tidak benar yang melibatkan idol yang disukainya. Dalam penelitian ini juga membahas bagaimana *fanwar* merupakan salah satu bentuk dari fanatisme tersebut.

Persamaan dari penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai fanatisme para penggemar *K-Pop*. Selain itu persamaan juga terdapat di metode penelitian yang menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terdapat pada apa yang menjadi pembahasan

dimana dalam penelitian ini membahas aktivitas penggemar *K-Pop* secara menyeluruh, dengan penelitian yang akan dilakukan hanya akan membahas fenomena *fanwar* yang dilakukan para penggemar *K-Pop*. Selain itu perbedaan juga terletak pada media sosial yang digunakan, dimana penelitian ini menggunakan media sosial Instagram sedangkan penelitian yang dilakukan akan menggunakan media sosial Twitter.

Penelitian ke-tiga dilakukan oleh Nuralita Sahara, Rosleny Marliani, dan Elisa Kurniadewi (2022) dengan judul *Gambaran Konflik Antar Kelompok Penggemar Korean POP Fans Group In Social Media*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran konflik antara kelompok penggemar Korean Pop di media sosial yang dibawakedalam dunia nyata atau *real life*.

Hasil dari penelitian ini yaitu gambaran konflik dilihat dari beberapa aspek, dimana aspek tersebut meliputi adanya kompetisi yang membuat frustrasi, adanya *stereotype*, adanya prasangka terhadap kelompok luar, dan adanya diskriminatif. *Stereotype* disini dimana mereka saling menggunakan ungkapan-ungkapan khusus untuk satu sama lain. Untuk dikriminatif dibagi untuk kelompok dalam dengan istilah yang menguntungkan seperti ramah, berani dan tangguh, sedangkan untuk kelompok luar menggunakan istilah-istilah yang tidak menguntungkan seperti sombong dan licik. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai konflik antara penggemar group *K-Pop*. Persamaan lainnya yaitu metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya terdapat di sosial media yang digunakan, dimana penelitian ini menggunakan sosial media secara

luas sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan satu sosial media khusu yaitu Twitter. Selain itu perbedaannya konflik dalam penelitian ini dibawa hingga kehidupan nyata sedangkan penelitian yang akan dilakukan hanya berfokus di dalam sosial media saja.

