
Analisis *Fanwar* Fenomena Perang antar Penggemar K-Pop di Platform Twitter

Adinda Priani Silaban¹, Clara Dewi Larasati², Keisha Fivani Mamahit³, Yohanes Andrean Samosir⁴

^{1,2,3,4} Universitas Kristen Indonesia

E-mail: adindasilaban894@gmail.com¹, claraadewilarasati@gmail.com²,
keishamamahit96@gmail.com³, yohaness3214@gmail.com⁴

Article History:

Received: 21 Maret 2024

Revised: 01 April 2024

Accepted: 03 April 2024

Keywords: *Fanwar*, K-Pop, Twitter, Penggemar

Abstract: Artikel ini membahas fenomena *fanwar* di kalangan penggemar K-Pop, terutama yang terjadi di platform media sosial Twitter. *Fanwar* merujuk pada konflik antara penggemar yang sering kali dipicu oleh perbedaan pendapat atau tindakan provokatif dari pengguna media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan data primer dan sekunder, serta teknik etnografi virtual. Hasilnya menunjukkan bahwa *fanwar* dapat merusak pandangan orang terhadap komunitas penggemar dan menciptakan stereotip negatif. *Fanwar* kerap dipicu oleh emosi yang tidak terkendali dan kebutuhan untuk membela idola atau kelompok tertentu. Teori Encoding-Decoding digunakan untuk memahami dinamika komunikasi antara penggemar dan antipenggemar, di mana pesan-pesan yang diposting di Twitter diinterpretasikan secara berbeda tergantung pada sudut pandang penggunanya. *Fanwar* menghasilkan konflik verbal dan perdebatan intens di Twitter, menciptakan ketidakpuasan dan dampak negatif bagi komunitas penggemar K-Pop. Penelitian ini juga membahas dampak teknologi dan media sosial terhadap fenomena *fanwar* serta implikasinya bagi budaya fandom K-Pop secara keseluruhan

PENDAHULUAN

Dilansir dari narasi.tv, pada Mei 2022 terjadi perdebatan antar penggemar boygroup NCT Dream yang berasal dari Korea Selatan yang terjadi di Space, salah satu fitur yang terdapat di Twitter. Perdebatan terjadi karena sebuah cuitan dari akun @ljn**boy yang berisikan hinaan yang ditujukan kepada dua member NCT Dream yaitu Jaemin dan Renjun. Cuitan tersebut berisikan pernyataan bahwa Jaemin dan Renjun tidak pantas mendapatkan screentime, karena terlihat bermalas-malasan. Cuitan tersebut menimbulkan keributan dan kontroversi pada platform Twitter.

Keributan tersebut langsung direspon oleh para fandom Jaemin dan Renjun dengan cara mengadakan pembicaraan menggunakan fitur Space di Twitter. Di tengah percakapan antar

penggemar, ada salah satu penggemar dengan akun @ber***werr yang tersulut emosi dan mengancam untuk membawa permasalahan ini ke ranah hukum. Pemilik akun @ber***werr juga menuntut pemilik akun @ljn**boy untuk membuat permintaan maaf di atas materai jika tidak mau berurusan dengan pihak berwajib. Keributan ini sempat menjadi trending nomor satu di platform Twitter pada Mei 2022 dan juga sempat masuk televisi nasional.

Kasus di atas merupakan salah satu contoh *fanwar* yang terjadi di Twitter. Twitter kerap digunakan penggemar K-Pop untuk bertukar informasi mengenai boygroup atau girlgroup yang mereka gemari, namun tidak hanya penggemar K-Pop saja yang kerap menggunakan Twitter sebagai media komunikasi antar penggemar tetapi banyak penggemar lainnya seperti penggemar artis Hollywood, anime, film, dan lain-lain. Namun yang kerap ditemukan adalah penggemar K-Pop.

Fanwar berasal dari dua kata, yaitu *fans* (penggemar) dan *war* (perang), sehingga *fanwar* memiliki arti perang antar penggemar. Pada mulanya *fanwar* merupakan istilah remaja Korea Selatan yang kerap digunakan di media sosial (Lastriani, 2018). *Fanwar* juga merupakan upaya penggemar untuk melindungi idol K-Pop yang mereka gemari dalam berbagai konteks. Penyebab *fanwar* dapat bersumber dari hal sekecil apapun apabila fandom A merasa fandom lain mulai mengusik fandom mereka (Agnensia, 2018).

Dilansir dari liputan6.com fandom memiliki arti fans club atau nama kelompok fans dari group tertentu, *fandom* berasal dari bahasa Inggris yaitu Kumpulan atau basis penggemar. Pada (Naila, 2022) Henry Jenkins mencetuskan teori penggemar, dalam teorinya Henry menjelaskan, penggemar merupakan konsumen budaya pada umumnya dan tidak bisa diidentikkan dengan audiens serta khalayak pada umumnya. Konsumsi budaya favorit secara aktif bisa dicontohkan dengan membeli karya seniman favorit konsumen. (Jonathan Gray, Cornell Sandvoss, 2007).

Twitter menjadi platform yang belakangan waktu ini kerap digunakan oleh fandom K-Pop untuk mendukung ataupun bertukar informasi tentang idol yang mereka gemari. Para penggemar akan membuat fan account dan mengunggah semua hal tentang idol pada akun tersebut. Pada fan account penggemar dapat berpendapat tentang apapun mengenai idol yang disukai, kebebasan berpendapat tersebut terkadang mengundang konflik dan kontroversi. Kebebasan individu untuk berpendapat pada media sosial menjadi senjata bermata dua untuk penggunaannya. Dengan tidak adanya hukum dan etika yang mutlak dalam bermedia sosial, para pengguna media sosial bisa dengan seenaknya melakukan apapun bahkan sampai merugikan beberapa pihak (Mayolaika dkk, 2021) sehingga menimbulkan yang disebut *fanwar*.

Fanwar seperti kasus yang penulis sebutkan pada awal pendahuluan, sebetulnya adalah masalah kecil yang dapat diselesaikan secara baik-baik, namun karena ada oknum yang terbawa emosi sehingga permasalahan tersebut merembet kemana-mana. Banyak sekali kasus *fanwar* yang terjadi di Twitter, tidak hanya antar *fandom boygroup* A dan *fandom girlgroup* B saja tetapi bisa juga antar penggemar dalam *fandom boygroup* A tersebut. Sehingga *fanwar* menjadi hal yang sangat dikhawatirkan karena bisa saja membuat pandangan orang menjadi buruk terhadap dunia K-pop dan penggemarnya. Dalam sebuah *fanwar* pasti terjadi yang namanya *hatespeech*. *Hatespeech* adalah ucapan penghinaan atau kebencian yang dilakukan oleh individu atau suatu kelompok dengan bentuk penggiringan opini.

Pada penelitian terdahulu dikatakan bahwa *fanwar* adalah perilaku fanatik yang menimbulkan terminologi fanatisme. Fanatisme adalah perilaku di mana seseorang mempunyai antusiasme dan rasa obsesif terhadap suatu hal. *Fanwar* dan bentuk fanatisme mempunyai arti yang berbeda tergantung dengan isi pesan yang ditujukan (Agnensia, 2018). Penelitian tersebut dilakukan di platform Instagram dan *fanwar* yang terjadi di Instagram kerap disebabkan oleh *fake*

account yang memberi berita palsu tetapi para penggemar dengan mudah mempercayai informasi itu dan menimbulkan keributan. Dalam penelitian penulis kali ini akan memfokuskan kepada platform Twitter, karena banyak sekali *fanwar* yang terjadi di Twitter yang disebabkan oleh miskomunikasi, pesan anonim, dan lain- lain.

Artikel ini bertujuan untuk menemukan apa sebenarnya penyebab sebuah *fanwar* dapat terjadi? Dan bagaimana seharusnya sebagai seorang fans dapat mengelola informasi yang media berikan?, Bagaimana terjadinya *fanwar* di platform Twitter? Serta apakah *fanwar* dapat dicegah? Agar tidak menciptakan stigma yang buruk terhadap dunia K-Pop, karena menurut penulis tidak semua penggemar idol K-Pop itu fanatik, karena ada beberapa penggemar yang menjadikan dunia K-Pop sebagai pelarian dari dunia nyata untuk mencari kesenangan hati, dan yang memicu *fanwar* adalah oknum-oknum yang mempunyai kebiasaan yang buruk dalam bersosialisasi.

LANDASAN TEORI

Teori Encoding-Decoding

Pada tahun 1980 Stuart Hall mengembangkan sebuah teori, yaitu Teori Encoding-Decoding. Hall mengkaji bagaimana pesan yang dibuat dan diinterpretasikan sebuah media berdasarkan dengan hubungan sumber, informasi, dan khalayak yang menerima. Hubungan itu disebut dengan encoding-decoding di mana pesan diproses dari pembentukan kode saat sumber membuat sebuah informasi kemudian menerjemahkannya saat dikonsumsi khalayak yang menerima (Puspitaningrum, 2023).

Media mempunyai kekuasaan untuk menetapkan agenda dengan mendefinisikan apa yang ada di media dan bagaimana media disajikan dan direpresentasikan. Di sisi lain, khalayak menciptakan tanda, sistem, dan menafsirkan bentuk media sesuai dengan identitas sosialnya masing-masing dan berdasarkan posisi sosial dan budayanya. Terdapat beberapa posisi yang ditawarkan Hall agar khalayak dapat merancang keadaan saat menghadapi pengaruh dari pesan yang media berikan dan siapa yang memberikan pesan tersebut. Dalam teori ini, Stuart Hall menyatakan bahwa makna dan interpretasi yang dimaksudkan dalam suatu pesan bisa berbeda. Derajat simetri dalam teori ini ditentukan oleh hubungan ekivalensi yang terbentuk antara encoder dan decoder (simetris atau asimetris) mengacu pada pengertian dan kesalahpahaman dalam pertukaran pesan dalam proses komunikasi (Puspitaningrum, 2023).

Salah satu murid Hall yang bernama David Morley merupakan seseorang yang memberikan ide model encoding-decoding yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon khalayak dengan ragam pola pikir terhadap sebuah tayangan, yaitu pada tahun 1970 terdapat pertunjukan yang digemari banyak orang bernama Nationwide yang disiarkan di BBC TV. Morley mengkaji teori ini dengan mengajak beberapa orang untuk menonton satu episode siaran tersebut, sehingga menimbulkan hasil di mana ada beberapa orang yang menerima dan setuju dengan isi tayangan yang mereka tonton, tetapi ada beberapa juga yang tidak setuju. Setuju ataupun tidak setujunya seseorang itu berhubungan dengan posisi sosial diri mereka. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa sebuah pesan dapat diartikan berbeda pada tiap-tiap orang (Puspitaningrum, 2023).

Terdapat 8 asumsi dasar yang mendasari teori ini, Yang pertama adalah Pentingnya Kode dan Pengkodean. Kode merujuk pada sistem simbol, bahasa, atau cara menyampaikan pesan. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa pesan tidak pernah disampaikan secara langsung, tetapi selalu melalui suatu kode atau bahasa tertentu. Pengkodean merujuk pada cara pesan dikonstruksi dan diformulasikan oleh sumber (encoder).

Yang kedua, Kemungkinan Ambiguitas dalam Pengkodean. Hall mengakui kemungkinan

ambiguitas dalam proses pengkodean. Pengkodean tidak selalu sempurna atau tanpa keraguan, dan pesan dapat mengandung interpretasi ganda atau tidak pasti. Bahasa dan simbol-simbol yang digunakan untuk mengkodekan pesan tidak selalu memiliki kesetaraan langsung dengan makna yang dimaksudkan oleh sumber. Beberapa konsep kompleks mungkin sulit diungkapkan dengan tepat melalui kata-kata atau simbol-simbol tertentu.

Asumsi yang ketiga yaitu, Kerangka Ketergantungan. Teori ini mengasumsikan adanya ketergantungan antara encoder (pemancar pesan) dan decoder (penerima pesan). Pesan yang disampaikan oleh sumber tidak memiliki makna tetap tanpa partisipasi dari penerima yang mendekode. Pesan atau informasi tidak memiliki makna yang tetap tanpa ketergantungan pada decoder. Dengan kata lain, makna pesan tidak bersifat absolut atau objektif; ia tergantung pada cara penerima memahami, mendekode, dan memberikan makna pada informasi yang diterimanya.

Selanjutnya, asumsi yang keempat yaitu, Peran Aktif Penerima Pesan. Penerima pesan tidak hanya sebagai penerima pasif, tetapi juga memiliki peran aktif dalam mendekode pesan. Pemaknaan kembali pesan tidak selalu sesuai dengan niat atau makna yang dimaksudkan oleh sumber. Penerima pesan tidak hanya sekadar menerima informasi yang disampaikan oleh sumber, melainkan juga memberikan makna berdasarkan pada pengalaman, latar belakang budaya, nilai-nilai, dan konteks pribadi mereka sendiri. Misalnya, dua orang yang mendengar pesan yang sama mungkin memberikan makna yang berbeda sesuai dengan perspektif dan pengalaman hidup mereka masing-masing.

Yang kelima, Konteks Budaya dan Sosial. Penerima pesan dapat memiliki pemahaman yang berbeda tergantung pada latar belakang budaya dan sosial mereka. Pemahaman seseorang tentang suatu pesan dapat dipengaruhi oleh keberadaan referensi budaya tertentu atau makna yang mungkin tidak dikenal oleh orang dengan latar belakang budaya yang berbeda. Teori encoding-decoding mengakui peran penting konteks budaya dan sosial dalam proses komunikasi. Interpretasi pesan tidak terlepas dari latar belakang budaya dan sosial penerima.

Asumsi keenam yaitu, Kemungkinan Ketidaksesuaian (Misunderstanding). Ada kemungkinan terjadinya ketidaksesuaian antara apa yang dimaksudkan oleh sumber dan bagaimana pesan itu diartikan oleh penerima. Hal ini bisa disebabkan oleh perbedaan pengalaman, latar belakang budaya, atau pemahaman individual. Asumsi ini menunjukkan bahwa komunikasi adalah proses kompleks di mana interpretasi pesan tidak selalu sesuai dengan niat sumber. Hal ini penting untuk memahami bahwa arti pesan tidak hanya ditentukan oleh apa yang disandikan oleh sumber, tetapi juga oleh bagaimana pesan itu diartikan oleh penerima dalam konteks pengalaman dan kerangka referensi mereka sendiri.

Asumsi ketujuh adalah Dinamika Kuasa dalam Komunikasi. Teori ini mencerminkan dinamika kuasa dalam proses komunikasi. Hall mengakui bahwa pesan-pesan mungkin disusun dengan cara tertentu untuk mencapai tujuan tertentu, dan pemaknaan kembali pesan dapat mempengaruhi distribusi kuasa. Sumber memiliki kendali atas bagaimana pesan diartikan oleh masyarakat atau kelompok tertentu. Representasi tertentu dapat diperkuat atau dilemahkan melalui pemilihan kata, gambar, atau simbol tertentu.

Asumsi yang terakhir adalah Keterlibatan dalam Proses Komunikasi. Proses komunikasi melibatkan interaksi aktif antara sumber dan penerima. Komunikasi bukanlah proses satu arah, tetapi melibatkan partisipasi aktif dari kedua belah pihak. Asumsi ini menggambarkan bahwa baik sumber pesan maupun penerima pesan tidak hanya berperan sebagai pemancar dan penerima pasif. Sebaliknya, keduanya terlibat dalam proses komunikasi secara aktif. Pemancar berusaha mengkodekan pesan dengan menggunakan simbol, bahasa, atau tanda tertentu, sementara penerima berusaha mendekode pesan tersebut.

Teori encoding-decoding menyoroti peran partisipasi aktif dari kedua belah pihak dalam proses komunikasi. Artikel ini dapat menggali bagaimana partisipasi aktif dari penggemar dalam mendekode pesan dapat memengaruhi dan merespon pesan yang dikodekan oleh kelompok lain. Ini juga mencakup analisis umpan balik yang diberikan oleh penggemar terhadap pesan yang mereka terima. Dalam konteks *fanwar*, ambiguitas juga bisa muncul karena perbedaan interpretasi atau penafsiran yang salah antara kelompok penggemar. Artikel ini juga akan mengeksplorasi bagaimana ambiguitas semacam itu mungkin mendorong ketidaksesuaian antara pesan yang dikirimkan oleh satu kelompok penggemar dengan cara penerimaan oleh kelompok lain.

Terdapat 3 kategorisasi khalayak yang telah menghadapi proses Encoding-Decoding. Yang pertama adalah Dominant or Preferred Reading (Pembacaan Dominan atau Diutamakan). Audiens yang mengalami pembacaan dominan adalah mereka yang mendekode pesan sesuai dengan makna yang dimaksudkan atau diinginkan oleh pemancar pesan. Mereka menerima dan menginterpretasikan pesan sesuai dengan norma-norma budaya dan nilai-nilai yang mendominasi masyarakat atau kelompok tertentu. Pembacaan dominan mencerminkan pemahaman yang sejalan dengan niat pemancar pesan (Multazam, 2021).

Kedua, Negotiated Reading (Pembacaan yang Dinegosiasikan). Audiens yang mengalami pembacaan yang dinegosiasikan mendekode pesan dengan cara yang menggabungkan elemen-elemen dari pemaknaan yang diinginkan oleh pemancar pesan dan pemaknaan yang sesuai dengan pengalaman atau perspektif mereka sendiri. Mereka menemukan kesesuaian antara makna yang dimaksudkan oleh pemancar pesan dan pemahaman mereka sendiri, seringkali dengan cara menyesuaikan pesan agar lebih sesuai dengan pandangan atau nilai mereka (Multazam, 2021).

Ketiga, Oppositional Reading (Pembacaan yang Berlawanan). Audiens yang mengalami pembacaan yang berlawanan adalah mereka yang mendekode pesan dengan cara yang bertentangan dengan niat atau makna yang dimaksudkan oleh pemancar pesan. Mereka menafsirkan pesan dengan cara yang mengkritik atau menentang nilai-nilai yang diusung oleh pemancar pesan. Pembacaan yang berlawanan mencerminkan resistensi terhadap makna yang diinginkan oleh pemancar pesan dan mungkin terkait dengan pengalaman atau pandangan alternatif (Multazam, 2021).

Khalayak aktif juga merupakan salah satu konsep dari teori ini. Khalayak aktif cenderung mendekonstruksi pesan yang mereka terima. Mereka melakukan analisis kritis terhadap informasi yang disampaikan, memecahnya menjadi elemen-elemen yang lebih kecil, dan mencoba memahami makna yang lebih dalam atau nuansa yang mungkin terkandung dalam pesan tersebut. Khalayak aktif, dalam kerangka teori encoding-decoding, tidak hanya menerima pesan dari sumber (encoder), tetapi juga terlibat dalam proses dekoding pesan tersebut. Mereka membawa pengalaman, nilai-nilai, dan pengetahuan mereka sendiri ke dalam interpretasi pesan, membuatnya lebih dari sekadar penerima pasif. Khalayak aktif juga memahami pesan dalam konteks yang lebih luas. Mereka mempertimbangkan faktor-faktor seperti budaya, latar belakang sosial, dan pengalaman pribadi dalam interpretasi mereka. Ini sesuai dengan ide dalam teori encoding-decoding bahwa konteks memainkan peran kunci dalam pemahaman pesan (Multazam, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, memanfaatkan data dari dua sumber utama, yaitu sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui partisipasi dari penggemar K-Pop yang berperan sebagai pelaku fan war atau

yang pernah terlibat dalam konflik serupa. Informasi yang dikumpulkan melibatkan penggemar K-Pop Indonesia dari berbagai latar belakang, baik dari segi masa penggemaran maupun afiliasi kelompok penggemar. Proses pengumpulan data melibatkan beragam informan yang telah berpengalaman dalam dunia K-Pop dengan tingkat keaktifan yang berbeda-beda. Metode ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena fan war di kalangan penggemar K-Pop Indonesia serta dinamika yang terjadi di dalamnya, dengan memperhatikan perspektif yang beragam dari informan yang terlibat.

Peneliti juga memanfaatkan teknik etnografi virtual, di mana mereka terlibat aktif dalam fenomena fan war yang mereka teliti. Untuk memastikan keakuratan data, mereka melakukan pengecekan lintas sumber dengan membandingkan informasi yang ditemukan dalam literatur serta sumber-sumber bacaan lainnya. Selain itu, mereka juga membandingkan data tertulis dengan hasil observasi lapangan dan wawancara yang mereka lakukan. Proses triangulasi dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari satu informan dengan informan lainnya. Penelitian ini menggunakan tiga metode pengumpulan data, yakni observasi langsung, wawancara mendalam, dan analisis dokumen untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

Dalam pengamatan peneliti, mereka memantau komentar-komentar para penggemar K-Pop yang diposting di portal berita K-Pop di platform Twitter. Pendekatan metode wawancara digunakan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dari para penggemar K-Pop mengenai fenomena fan war, sedangkan dokumentasi dilakukan untuk mendukung data yang telah dikumpulkan melalui observasi dan wawancara. Proses perekrutan informan dimulai dengan mengirimkan pesan langsung kepada akun-akun twitter para penggemar. Peneliti menjelaskan tujuan dan maksud penelitian kepada informan dan meminta kesediaan mereka untuk dilibatkan dalam wawancara. Apabila informan bersedia, peneliti kemudian melanjutkan proses wawancara untuk mendapatkan informasi yang lebih detail.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Prestasi global yang luar biasa dan terus berkembangnya budaya fandom K-Pop menunjukkan bahwa fenomena budaya idola K-Pop memiliki dampak yang signifikan. Ini mencerminkan esensi sebenarnya dari budaya selebritis yang menjadi kekuatan inti dalam pengaruh K-Pop. Di kalangan K-Popers, atau penggemar K-Pop, istilah "*fanwar*" menjadi akrab. *Fanwar* merujuk pada konflik antar penggemar idola K-Pop, yang awalnya merupakan istilah remaja Korea Selatan yang digunakan dalam konteks media internet pada sekitar tahun 2010, terutama terkait dengan boyband dan girlband generasi pertama K-Pop (Yulianti, 2022).

Fan war kerap terjadi di kalangan penggemar K-Pop karena kurangnya kemampuan mereka dalam menggunakan media sosial secara positif. Antifans seringkali mengirim komentar negatif di portal K-Pop terkait dengan idol K-Pop, yang menyebabkan konflik dengan penggemar idol tersebut. Penggemar meyakini bahwa fan war sering dipicu oleh tindakan provokatif dari penggemar lain atau antifans yang sengaja memulai konflik dengan komentar negatif. Beberapa antifans bahkan menyeret idol lain sebagai target kebencian tanpa alasan yang jelas terkait dengan berita yang diunggah di portal K-Pop. (Lastriani, 2018).

Hate speech sering kali dilontarkan oleh antifans untuk merendahkan idol yang tidak mereka sukai. Hate speech ini dapat berupa penghinaan terhadap bakat yang dimiliki oleh idol lain. Antifans tidak hanya menyampaikan hate speech kepada idol yang tidak mereka sukai, tetapi juga kepada penggemar lain. Dalam adu argumentasi, baik antifans maupun penggemar seringkali saling melemparkan hatespeech satu sama lain. Hatespeech merupakan bentuk

komunikasi yang merugikan, berupa hasutan, penghinaan, atau provokasi terhadap individu atau kelompok lain yang dapat memengaruhi perilaku manusia, termasuk opini mereka. Hal ini sejalan dengan pengakuan informan yang tidak menyukai member dari idol tertentu karena komentar negatif yang ia baca di portal K-Pop, yang membuatnya mempercayai opini tersebut karena dianggap sebagai pandangan resmi dari penggemar lainnya (Lastriani, 2018).

Salah satu *fanwar* yang baru-baru ini terjadi ialah dikalangan fans EXO dan New Jeans. *Fanwar* ini dilatarbelakangi karena beberapa fans dan penggemar K-Pop menganggap bahwa New Jeans dianggap tidak sopan pada salah satu member EXO yang merupakan seniornya. Hal ini ditandai dengan beredarnya video member EXO itu membungkuk pada member New Jeans namun tidak memiliki tanggapan yang sama dari pihak sang Junior. Video yang awalnya beredar di Platform Tiktok menjadi perbincangan hingga masuk ke dalam media social twitter. Beberapa cuitan mengenai ketidaksopanan New Jeans banyak ditemukan di Twitter. Salah satu cuitan ada yang mengatakan bahwa New Jeans sebagai generasi keempat K-Pop sangat perlu belajar etika dan cara menghormati senior. Hal ini tentunya memancing para penggemar New Jeans untuk membalas cuitan tersebut, berbagai macam balasan dari menggunakan kata sopan hingga kasar di temukan.

Pada penelitian ini, peneliti mewawancarai dua orang informan. Informan satu merupakan seorang siswi SMA pengguna aktif twitter yang kerap terlibat dalam *fanwar* K-Pop sedangkan Informan dua merupakan pegawai swasta pengguna aktif twitter yang tidak terlalu peduli dengan yang namanya *fanwar*. Dalam wawancara ini, dua informan memberikan pandangan yang berbeda mengenai *fanwar* di platform Twitter. Informan 1, yang aktif dalam *fanwar*, menggambarkan *fanwar* sebagai pertarungan yang tidak produktif antara penggemar yang berujung pada pembelahan dan konflik yang tidak perlu. Menurutnya, *fanwar* merusak pandangan orang terhadap komunitas penggemar dan menciptakan stereotip negatif bahwa penggemar tidak dapat berdiskusi dengan baik. Penyebab utama *fanwar* menurutnya adalah ketidaksetujuan antara penggemar tentang artis atau karya tertentu, yang dipicu oleh anonimitas relatif di platform media sosial yang membuat orang merasa lebih bebas untuk mengeluarkan emosi tanpa memikirkan konsekuensinya.

Di sisi lain, Informan 2 tidak begitu peduli dengan *fanwar* dan lebih memilih untuk fokus pada hal-hal yang positif dan produktif. Meskipun demikian, dia menyadari bahwa *fanwar* dapat membuat orang menjadi lebih skeptis terhadap penggemar dan budaya fandom secara keseluruhan. Peneliti mengidentifikasi berbagai penyebab *fanwar* dari hasil wawancara tersebut, mulai dari perbedaan pendapat mendalam hingga kesalahpahaman sederhana, namun menyimpulkan bahwa *fanwar* sering kali dipicu oleh emosi yang tidak terkendali dan kebutuhan untuk membela idola atau kelompok tertentu tanpa mempertimbangkan sudut pandang orang lain. Salah satu aspek yang terkait dengan *fanwar* adalah perbedaan interpretasi pesan, di mana kesalahpahaman tentang niat atau makna tertentu dapat memicu konflik yang membesar.

Menurut Yulianti (2022) kemajuan teknologi yang semakin pesat telah membawa dampak signifikan, dan tak dapat disangkal bahwa media sosial turut membentuk dua kubu manusia, yaitu kelompok yang mencintai (lovers) dan kelompok yang membenci (haters). Kedua kubu ini seringkali terlibat dalam konflik verbal atau perang kata-kata, menciptakan dampak negatif. Kelompok pencinta akan dengan gigih membela hal yang mereka sukai, sementara kelompok pembenci akan menggunakan berbagai cara untuk menjatuhkan pihak yang tidak disukai. Mereka kerap melancarkan serangan dengan sindiran dan kata-kata kasar terhadap pihak yang menjadi sasaran ketidaksetujuan mereka. Meskipun media sosial seharusnya menjadi platform untuk diskusi, terkadang perbedaan pendapat yang tajam dapat mengubah forum diskusi menjadi

perdebatan yang tidak bersedia untuk saling mengalah.

Kelompok pencinta dan pembenci juga dapat ditemukan di antara penggemar K-Pop atau K-Popers. Kelompok pencinta umumnya disebut sebagai penggemar, sementara kelompok pembenci dikenal sebagai antipenggemar atau antis. Seorang penggemar akan bersikeras membela idolanya jika mendapat perlakuan yang tidak baik dari antipenggemar, dan sebaliknya, antipenggemar akan terus melancarkan serangan dengan kata-kata kasar untuk menjatuhkan idol dari penggemar tersebut. Konflik berkelanjutan antara penggemar dan antipenggemar menyebabkan adanya perdebatan dan pertukaran argumen yang intens, yang sering kali menghasilkan fan war. Biasanya, antipenggemarlah yang memulai, dengan memberikan komentar sindiran terhadap grup idol lain atau mengeluarkan provokasi terlebih dahulu dalam komunitas K-Popers (Yulianti, 2022).

Dalam dinamika komunitas K-pop di Twitter, teori encoding dan decoding memainkan peran penting dalam memahami dan menjelaskan *fanwar* yang sering terjadi antara penggemar (fans) dan antipenggemar (antis). Proses encoding dilakukan oleh pihak artis atau idol K-pop, penggemar, dan antipenggemar melalui konten yang diposting di platform sosial seperti Twitter. Pesan-pesan ini mencakup dukungan, kekaguman, kritikan, atau sindiran tergantung pada sudut pandang pihak yang membuatnya.

Dalam proses decoding, penggemar cenderung mengartikan pesan dengan cara yang positif, melihatnya sebagai bentuk dukungan dan cinta terhadap idol mereka. Namun, di tengah konteks *fanwar*, dekoding ini bisa berubah menjadi pertahanan atau respons terhadap kritikan dari antipenggemar. Sebaliknya, antipenggemar mungkin mendekode pesan dengan interpretasi yang bersifat negatif, melihatnya sebagai peluang untuk mengekspresikan ketidakpuasan atau rasa tidak suka terhadap idol atau grup musik yang menjadi target *fanwar*.

Dalam arena Twitter, *fanwar* kemudian berkembang sebagai pertukaran pesan yang intens antara penggemar dan antipenggemar. Kontroversi dan perbedaan interpretasi memicu konflik verbal dan perdebatan di media sosial tersebut. Fanbase dapat bersatu atau terbagi dalam menghadapi *fanwar*, di mana beberapa anggota terlibat dalam pertahanan terhadap idol mereka, sementara yang lain bisa menjadi bagian dari konflik sebagai tanggapan terhadap antipenggemar. Media sosial, khususnya Twitter, menjadi platform utama di mana *fanwar* terjadi karena memfasilitasi mudahnya berbagi pendapat dan konten. Hal ini menciptakan lingkungan di mana konflik dapat membesar dan menarik perhatian publik, memperlihatkan kompleksitas dinamika antara penggemar dan antipenggemar dalam ekosistem K-pop.

Menurut Putri et al., (2022) penggemar aktif terlibat dalam *fanwar* karena rasa keingintahuan yang tinggi untuk memahami dan mencari informasi lebih lanjut mengenai *fanwar* yang tengah berlangsung. Mereka terus mencari informasi terkait *fanwar* tersebut hingga merasa sudah cukup dan puas dengan pengetahuan yang diperoleh. Setelah mencapai titik kepuasan, penggemar melakukan pemilahan terhadap fakta dan kebenaran terkait *fanwar* tersebut, bertujuan untuk menghindari penyebaran berita palsu atau keliru. Keputusan untuk langsung terlibat dalam *fanwar* kemudian dipertimbangkan dengan cermat.

Penggemar K-Pop generasi ke-4, terutama yang tergabung dalam fandom sering kali menjadi saksi atau melibatkan diri dalam *fanwar* di media sosial Twitter. *Fanwar* tersebut dapat berupa teks, gambar, atau video yang berisikan pesan kebencian atau isu-isu sensitif bagi penggemar lain. Fenomena *fanwar* dianggap sebagai sesuatu yang umum dan rutin di kalangan penggemar K-Pop, terutama generasi ke-4, seiring dengan persaingan yang semakin ketat dalam industri musik K-Pop.

Penggemar K-Pop generasi ke-4 secara umum mengetahui gambaran umum mengenai

fanwar dan isu-isu yang muncul dalam konteks *fanwar*, meskipun mereka sendiri tidak terlibat secara langsung dalam *fanwar* tersebut atau dalam *fandom* yang terlibat di dalamnya. Mereka sering menemukan dan menyaksikan *fanwar* melalui media sosial Twitter, menggunakan timeline dan trending topic sebagai sumber informasi, serta berkomunikasi secara pribadi melalui fitur DM. Twitter dianggap sebagai platform yang paling sering digunakan oleh penggemar K-Pop karena dinilai lebih ter-update dan memiliki banyak fanbase atau akun penggemar besar.

Meskipun Twitter menjadi platform utama, tidak menutup kemungkinan bahwa penggemar juga mendapatkan informasi mengenai *fanwar* dari media sosial lain seperti TikTok dan Instagram. Dengan informasi yang diperoleh, penggemar melakukan penyaringan dan pemilahan agar tidak sekadar menerima informasi mentah, melainkan dapat memeriksa kembali fakta dan kebenaran terkait *fanwar* yang sedang berlangsung.

KESIMPULAN

Prestasi global dan berkembangnya budaya fandom K-Pop menunjukkan dampak signifikan dari fenomena budaya idola K-Pop. *Fanwar*, konflik antar penggemar K-Pop, sering terjadi karena kurangnya kemampuan dalam menggunakan media sosial secara positif. Hate speech dan perdebatan yang tidak produktif menjadi ciri khas *fanwar*, dengan konflik sering dipicu oleh emosi tidak terkendali dan kebutuhan untuk membela idola atau kelompok tertentu tanpa mempertimbangkan sudut pandang orang lain. Dalam dinamika komunitas K-Pop di platform Twitter, teori encoding dan decoding memainkan peran penting dalam memahami *fanwar*, di mana kontroversi dan perbedaan interpretasi memicu konflik verbal dan perdebatan di media sosial tersebut. Penggemar aktif terlibat dalam *fanwar* karena rasa keingintahuan yang tinggi dan sering menggunakan Twitter sebagai sumber informasi dan interaksi dengan sesama penggemar.

Penelitian selanjutnya dapat memperdalam pemahaman tentang dampak *fanwar* terhadap kesejahteraan mental penggemar K-Pop dan cara untuk mengurangi konflik tersebut. Studi longitudinal juga dapat dilakukan untuk melacak perkembangan *fanwar* dari waktu ke waktu dan memahami pola konflik yang muncul. Selain itu, penelitian dapat mengeksplorasi dampak positif budaya fandom K-Pop, seperti dukungan sosial dan penciptaan komunitas, serta strategi untuk mempromosikan penggunaan media sosial yang positif di antara penggemar K-Pop.

DAFTAR REFERENSI

- Agnensia, N., Studi, P., & Komunikasi, I. (2018). *Fan War Fans K-Pop dan Keterlibatan Penggemar dalam Media Sosial Instagram*. Repository Unair.
- Fanwar K-Pop NCT: Emang Bisa Fans Perkarakan Penghina Idolanya?* (n.d.). Narasi Tv. <https://narasi.tv/video/narasi-daily/fanwar-k-pop-nct-emang-bisa-fans-perkarakan-penghina-idolanya>
- Gray, J. (2017). *Fandom, Second Edition : Identities and Communities in a Mediated World*. New York University Press.
- Lastriani. (2018). *Fanwar: Perang antar Fans Idol K-Pop di Media Sosial*. Lastriani. ejournals.umma.ac.id
- Liputan6.com. (2023, May 15). *Fandom Adalah Komunitas Fans Berat, Pahami Makna dan Perannya di Dunia Hiburan*. Liputan6.com.
- Multazam, M., & Lobodally, A. (2021). *Resepsi Penata Rias Mengenai Kecantikan dalam Beauty Vlog Tasya Farasya di Youtube / Multazam / 63160418 / Pembimbing: Altobeli Lobodally*. Eprints.kwikkiangie.ac.id.

- Mayolaika, S., Effendy, V. V., Delvin, C., & Hanif, M. A. (2021). Pengaruh Kebebasan Berpendapat Di Sosial Media Terhadap Perubahan Etika Dan Norma Remaja Indonesia. *Journal UPY*
- Naila, S. A., & Rina Sari Kusuma, S. S. (2022). “Fenomena Perilaku Fangirling Mahasiswi Penggemar K-Pop Disaat Pandemi” (Fangirling Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi UMS Selama Masa Pandemi).[Eprints.ums.ac.id](https://eprints.ums.ac.id).
- Putri, A., Santosa, H. P., & Yusriana, A. (2022). Analisis Dinamika Komunikasi Kelompok Penggemar K-Pop Generasi ke-4 (STAY, ATINY, dan MOA) dalam Menanggapi Fanwars di Media Sosial Twitter. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(4), 22–35.
- Puspitaningrum, D. (2023). Crazy Rich Di Media Sosial Ditinjau Dari Teori Encoding-Decoding, Vol.2. *Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Yulianti, W. (2022). Instagram Sebagai Media Fan war Penggemar K-Pop. *Jurnal Publique*, 03(01), 1-7.