BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam cara orang berinteraksi, terutama pada platform seperti X. Kemampuan komunikasi yang cepat dan langsung antar pengguna menjadikan media sosial X menjadi salah satu alat terpenting untuk membangun hubungan sosial di era digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga sebagai forum diskusi, debat, dan pembentukan opini. Media sosial atau jejaring sosial adalah kegiatan sosial yang dapat dilakukan tidak hanya di dunia nyata, tetapi juga di dunia maya. Setiap orang dapat menggunakan jejaring sosial sebagai sarana komunikasi, membuat status, memberi komentar, berbagi foto dan video, seolah - olah berada dalam lingkungan sosial (Tamburaka, 2013 dalam Putri et al., 2022)

Pengguna media sosial X dapat mengirimkan pesan atau berbagi pemikiran hanya dalam hitungan detik sehingga memungkinkan interaksi yang lebih dinamis. Pada konteks ini, pengguna pun tidak terikat oleh waktu maupun tempat, mereka bisa berhubungan dengan orang lainnya di bagian manapun di dunia secara langsung. Hal ini menciptakan suasana interaksi yang lebih hidup dan lebih responsif. Dengan fitur yang tersedia, seperti retweet dan penggunaan tagar, informasi dapat dengan mudah tersebar dengan cepat dan luas di setiap penjuru dunia.

Dalam konteks ini, interaksi yang cepat dan meluas ini juga turut mendorong munculnya *fandom* sebagai komunitas penggemar setia artis, grup, atau selebriti tertentu yang menjadi fenomena menarik dalam beberapa tahun terakhir. *Fandom* adalah sekelompok orang yang berkumpul, seringkali dengan semangat dan dedikasi yang besar, untuk memuja karakter atau hobi yang sama. “Loyalitas penggemar” mengacu pada loyalitas yang dirasakan dan diungkapkan penggemar terhadap objek antusiasme mereka (Zhang et al., 2015) dalam (Wirdah et al., 2023). Kesetiaan ini diungkapkan tidak hanya dalam dukungan emosional tetapi juga

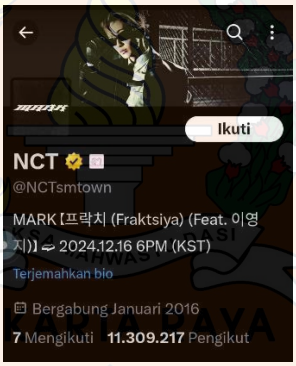
Klasifikasi Tipe-tipe.., Ervina Agustiana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

dalam tindakan nyata seperti berpartisipasi dalam berbagai aktivitas untuk mendukung sang *idol*a, seperti membeli album dan *streaming* musik. (Afrisia, 2019) mengemukakan terdapat 1.843 *fandom* di 113 negara di seluruh dunia.



Gambar 1. 1 Screenshot akun official di aplikasi X

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 1. 2 Screenshot akun official di aplikasi X

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

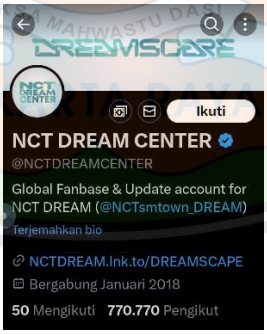
Akun BTS official memiliki lebih dari 40 juta pengikut di media sosial X. Di sisi lain, akun NCT memiliki lebih dari 11 juta pengikut di media sosial X. Melalui media sosial, penggemar dapat dengan mudah mengatur acara, mendukung kampanye, dan mendiskusikan musik serta penampilan terkini dari artis favorit mereka. Kegiatan ini tidak hanya memperkuat rasa kebersamaan di antara anggota *fandom*, namun juga membantu memperluas lingkup pengaruh sang *idol*a di masyarakat.

Menurut berita harian TEMPO yang ditulis oleh Putri Safira Pitaloka per tanggal 17 Juni 2023, berdasarkan sumber dari Tuko dan Her Circle dengan judul artikel "8 *Fandom* K-pop Terbesar di Dunia, Tentu BTS Army Nomor 1" Melihat pada sumber yang telah dijelaskan, *fandom* ARMY dan NCTzen merupakan *fandom* yang memiliki pengaruh besar dalam dunia K-pop, kedua *fandom* ini dinilai memiliki kekuatan *super power* dalam menjaga *idol*anya. *Fandom* ARMY dan *fandom* NCTzen adalah dua komunitas penggemar terbesar di industri musik K-Pop, yang masing-masing mendukung grup ikonik BTS dan NCT.



Gambar 1. 3 Screenshot akun official di aplikasi X

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 1. 4 Screenshot akun official di aplikasi X

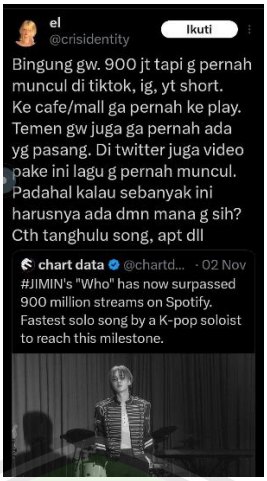
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dapat dilihat dari akun *fanbase* BTS (ARMY) merupakan salah satu *fandom* terbesar yang memiliki anggota mencapai 900 ribu penggemar di seluruh dunia dan akun *fanbase* NCT (NCTzen) memiliki anggota mencapai 700 ribu penggemar di seluruh dunia. Pada akun penggemar ARMY dan NCTzen kerap terlibat dalam

kegiatan positif seperti menggumpulkan penggalangan dana untuk kegiatan sosial dan kegiatan tidak sedikit juga kegiatan negatif seperti *fanwar*.

Fanwar merupakan salah satu fenomena yang paling sering terjadi di dalam dunia K-pop. Hampir setiap hari *fanwar* terus terjadi di media sosial, hal ini terjadi karena adanya perbedaan pendapat dan selera antar dua atau lebih *fandom* yang berbeda, karena masalah yang muncul dari dalam atau luar *fandom*, yang tujuannya adalah untuk mendukung dan melindungi *idol*anya. Luasnya jangkauan *fandom* di seluruh dunia, memungkinkan informasi dapat dengan mudahnya tersebar di kalangan penggemar, baik informasi yang bersifat positif maupun negatif melalui kolom komentar di media sosial. Komentar - komentar yang disampaikan oleh penggemar ini dapat menjadi awal terjadinya *fanwar* yang memicu agresi verbal di media sosial. (Ardis et al., 2021:43) Fenomena tersebut disebabkan oleh kegiatan fanatisme yang cukup kuat pada kalangan penggemar K-pop itu sendiri. *Fanwar* antar *fandom* K-pop terjadi karena adanya persaingan di *chart* musik (domestik dan internasional), kesamaan warna dan koreografi *fandom*, penjualan album digital, dan komentar di media sosial.

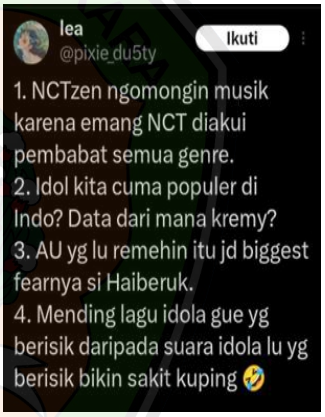
Fandom yang paling sering terlibat dalam kegiatan *fanwar* sampai saat ini adalah ARMY yang merupakan penggemar dari *boy group* BTS dan NCTzen yang merupakan penggemar *boy group* NCT. Contoh kasus yang mempengaruhi penggemar K-pop dalam melakukan *fanwar* diantaranya adalah kasus trending di X adalah *Single Album* "Who" milik Jimin member BTS, kini telah melampaui 900 Juta *streaming* di aplikasi Spotify. Lagu solo tercepat oleh solois K-pop yang mencapai tonggak sejarah ini, yang di beritakan oleh akun official *chart* data pada bulan November 2024, yang memberitakan media tentang tangga lagu, penghargaan, berita industri, dan banyak lagi secara langsung.



Gambar 1. 5 Screenshot akun official di aplikasi X

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)





Gambar 1. 6 Screenshot akun official di aplikasi X ***Gambar 1. 7 Screenshot akun official di aplikasi X***

(Sumber: Dokumentasi Pribadi) **(Sumber: Dokumentasi Pribadi)**

Salah satu penyebab utama *fanwar* adalah persaingan popularitas antar artis dan selera musik. Seperti kasus di atas, gambar 1.5 menampilkan bahwa penggemar NCT (NCTzen) berpendapat bahwa lagu solo Jimin tersebut mempunyai jumlah pemutaran yang tinggi, namun kurangnya eksposur di platform lain, yang pada akhirnya menimbulkan pertanyaan tentang popularitasnya. Dengan menyoroti kurangnya penempatan lagu di platform popular lain seperti Tiktok, Instagram, YT Short, penulis @crisidentity mungkin juga mengkritik algoritma dan meragukan kepopuleritasan *idol* tersebut. Hal ini memicu reaksi pada gambar 1.6 penggemar BTS (ARMY) yang berpendapat bahwa kepopuleran NCT hanya ada di Indonesia

saja. Di balas dengan akun @pixie_du5ty pada gambar 1.7, yang menampilkan rasa tidak terima kritik terhadap musik, promosi berlebihan *idol* semacam ini tidak mencerminkan kualitas musik itu sendiri, di mana kualitas sering kali terabaikan demi komersialisasi dan promosi yang berlebihan.

Dalam kasus *fanwar* tersebut, menimbulkan persaingan ketat antara kedua *fandom*. Penggemar kedua grup sering kali merasa perlu untuk melindungi serta membuktikan *idol*a mana yang terbaik. Tidak hanya itu, penggemar juga berdebat tentang siapa yang lebih pantas mendapatkan lebih banyak penghargaan berdasarkan berbagai faktor seperti penjualan album, jumlah *streaming*, dan kinerja pada tangga lagu. Kegiatan ini menyebabkan reaksi balik dari penggemar yang telah mendukung grup tersebut yang menyebabkan perselisihan dan ketegangan di kolom komentar media sosial X. Dalam konteks ini, komunikasi antar penggemar seringkali menjadi tidak sehat, sehingga menimbulkan banyak komentar negatif di dalamnya.

Kegiatan *fanwar* tidak hanya menimbulkan ketegangan di platform seperti media sosial X, tetapi juga berdampak pada citra *fandom* itu sendiri. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perilaku fanatik dapat menimbulkan stereotip negatif terhadap penggemar, dan pembelaan penggemar terhadap *idol*anya sering kali dianggap berlebihan dan agresif. (Ardis et al., 2021). *Fanwar* dapat merusak hubungan antar *fandom* dan menciptakan suasana yang tidak menyenangkan bagi penggemar lainnya. Konflik ini seringkali disebabkan oleh komentar negatif dan provokasi di media sosial, seringkali kegiatan ini terjadi karena banyaknya akun palsu yang bertebaran di kolom komentar, dan banyaknya oknum yang membuat akun mengatasnamakan *fandom* lain dengan maksud memprovokasi *fandom* satu dengan lainnya, dengan tujuan mengajak *fans* lainnya untuk ikut serta dalam kegiatan *fanwar* tersebut.

Hal ini tidak hanya berdampak pada masing-masing penggemar, namun juga berdampak pada cara masyarakat memandang *fandom*. Ketika perang penggemar menjadi trending topik, citra *fandom* bisa tercoreng dan muncul

prasangka negatif terhadap penggemar K-pop secara keseluruhan. Ketika kegiatan *fanwar* terjadi, akun besar seperti *fanbase* memainkan peran penting yang umumnya dapat mengontrol atau meredakan kegiatan *fanwar*, karena akun *fanbase* memiliki lebih banyak pengikut dan cangkupannya luas pada kalangan penggemar K-pop di media sosial X. Akun *fanbase* juga lebih banyak bertindak sebagai pengingat kepada penggemar lain agar tidak terlibat, tidak bergabung dan ikut serta dalam kegiatan *fanwar* untuk merendahkan atau membenci *idol*a mereka.

Kegiatan *fanwar* menjadi hal yang dinilai paling merugikan dalam dunia K-pop, kerugian ini tidak hanya mempengaruhi tiap *fandom*, namun juga mempengaruhi citra *idol*anya. Fenomena perang komentar antara *fandom* ARMY dan NCTzen di media sosial X menggambarkan interaksi penggemar yang cukup kompleks, di mana bahasa menjadi jembatan atau alat utama untuk menyampaikan identitas, peluapan emosi atas konflik yang sedang terjadi. Kegiatan *fanwar* juga di dasari oleh sikap fanatisme yang tinggi oleh para penggemar K-pop.

Fanatisme dapat dipahami sebagai intensitas emosional yang kuat, atau suatu bentuk intensitas emosional atau pengaruh yang muncul dari interaksi dengan teks media dan objek *fandom* (Grossberg, 1992 dalam Barnes, 2018). Hal ini memungkinkan penggemar untuk menegosiasikan interaksi mereka dengan teks, sehingga menciptakan berbagai variasi yang muncul, mulai dari penggemar biasa hingga penggemar yang lebih berkomitmen secara emosional dan lebih berkomitmen. *Fandom* adalah bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, cara penggemar berinteraksi dan mengekspresikan diri dapat dianggap sebagai bentuk komunikasi yang umum. Melalui *fandom*, orang dapat mengekspresikan identitasnya dan mendapat pengakuan dari orang lain (Barnes, 2018). Meneliti *fandom* dapat memberikan wawasan penting mengenai budaya komentar *online*. Hal ini tidak terbatas pada objek *fandom* tertentu, namun juga mencakup cara orang berkomunikasi secara lebih luas.

Dalam konteks ini, *fandom* berfungsi sebagai kelompok tempat orang-orang yang mempunyai minat yang sama berkumpul, berbagi informasi, dan mendukung

objek *fandom* tersebut, seperti *idol*a tertentu atau sebuah karya seni. Ikatan ini sering kali melibatkan hubungan emosional yang mendalam, membuat penggemar menjadi partisipan aktif dalam konstruksi makna teks yang mereka cintai, dibandingkan hanya menjadi pengamat pasif.

Dalam konteks ini, bahasa yang digunakan oleh ARMY dan NCTzen sering kali menciptakan identitas kebersamaan *fandom* yang kuat, sehingga memperkuat keterlibatan emosional dan sosial di antara para penggemar.Dalam interaksi sehari-hari di media sosial X, penggemar sering menggunakan bahasa gaul dan jargon yang hanya dipahami oleh anggota *fandom*, sehingga menciptakan batasan antara dirinya dan penggemar grup lain, yang mana hal ini menjadi pembeda antara komunikasi antara penggemar satu dengan yang lainnya.

Dalam konteks *fanwar* di media sosial X, Bahasa yang sering digunakan merupakan bahasa yang memiliki konteks menyerang atau merendahkan suatu komunitas penggemar lainnya yang berisikan komentar negatif dan sindiran sarkastik yang saat ini sudah biasa terjadi dalam interaksi penggemar di media sosial X. Dalam konteks *fanwar* di media sosial, komentar negatif, sindiran sarkastik, dan ujaran kebencian adalah hal biasa yang ada dalam keberlangsungan *fanwar*. Teks yang bersifat negatif seringkali dijadikan senjata untuk menyerang dan mempermalukan kelompok penggemar lainnya.

Penggunaan bahasa yang di sampaikan oleh penggemar memiliki beberapa tujuan, misalnya penggemar ingin menunjukkan keunggulan *idol*a grupnya dengan meremehkan *idol*a grup lain, agar *idol*a grup yang di gemari tetap berada di atas dibandingkan dengan *idol*a grup lainnya. *Fanwar* sering kali dipicu oleh meluapnya emosi penggemar karena adanya komentar hinaan atau kalimat provokatif yang ditujukan untuk *idol*anya, sehingga penggemar juga merasa perlu untuk membalas.

Pelaku *fanwar* menerima respon berupa balasan dari lawan atau teman atas komentar yang ditinggalkannya, atau dukungan berupa *like* terhadap teks yang ditinggalkan pelaku di kolom komentar X. Hal ini memunculkan beberapa indikator yaitu rasa percaya diri, keberanian, efisiensi waktu kepada pelaku *fanwar*.

(Agnensia, 2019). Karena rasa percaya diri inilah yang pada akhirnya membuat pelaku menjadi termotivasi untuk melakukan kegiatan *fanwar*.

Kalimat yang dapat menggambarkan perilaku *fanwar* antara kedua *fandom* ini adalah adanya aksi dan reaksi. Jika tidak ada api maka tidak akan ada asap. Aspek perilaku individu yang spontan dan tidak dapat diprediksi merupakan sumber penting inovasi dan perubahan sikap anggota kelompok dan masyarakat (Galih, 2012 dalam Agnensia, 2019). *Fanwar* diketahui selalu dipicu oleh postingan dan komentar yang diunggah di media sosial yang berkonotasi negatif atau sarkastik. Penggunaan hashtag juga mempengaruhi seberapa besar perang penggemar yang akan terjadi pada orang-orang tertentu. Penyertaan hashtag pada konten unggahan, terutama konten yang mengandung konotasi negatif, akan memudahkan penggemar lain untuk melihat konten tersebut. Dari sudut pandang lain, akun palsu tidak hanya berpotensi memicu perang penggemar, namun juga betapa mudahnya akun tersebut menghasilkan berita palsu, kebohongan, dan misinformasi.

Pada media sosial X provokasi terus terjadi secara berulang tanpa adanya kepastian yang jelas mengenai mengapa seseorang melakukan hal tersebut. Hal ini menjadi pertanyaan dan perbincangan umum paling terbuka mengenai tingginya tingkat fanatisme yang menyebabkan provokasi tersebut terus berlangsung hingga saat ini. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:165) Provokasi adalah sarana untuk pembangkitan perasaan hati seseorang berupa perkelahian, pemberontakan dan sebagainya. Tidak sedikit dari banyaknya para penggemar K-pop melakukan suatu perbuatan tersebut hanya karena iseng dan membungkus perbuatannya dengan kata bercanda. Kegiatan *fanwar* dapat terjadi dan berlangsung karena adanya ujaran kebencian di dalamnya. Ujaran kebencian seringkali muncul dari perbedaan, ketidaksukaan, atau ketidakcocokan antara pikiran seseorang dengan pikiran orang lain (Ulfa, 2021).

Seseorang yang mudah terpengaruh, akan larut di dalam kegiatan *fanwar* tersebut, jika tidak segera disadarkan, seseorang tersebut akan masuk kedalam

tahap kecanduan, dan tidak peduli terhadap perkataan yang sebenarnya. Seseorang yang sering melakukan kegiatan ini, akan selalu merasa bahwa apapun pendapat, perlakuan, tindakan yang dilakukannya, sejatinya adalah benar. Mereka tidak akan mau kalah dan tidak mau menerima pendapat atas pemahaman orang lain. Hal ini akan berpengaruh besar pada kehidupannya, seseorang yang sudah terbiasa melakukan hal negatif di dunia maya, bukan tidak mungkin jika dia akan melakukan hal yang serupa di dunia nyata. Maka dari itu, kesadaran akan diri sendiri merupakan hal yang penting untuk kita sadari paling utama, tidak lain juga seperti halnya komunikasi, komunikasi yang baik akan menuntun kita pada sesuatu yang baik juga, namun komunikasi yang buruk, akan membawa dampak yang buruk juga pada diri individu.

Maka dari itu diperlukan lingkungan komunikasi yang lebih baik di mana penggemar dari berbagai *fandom* atau komunitas dapat memiliki opini yang berbeda tanpa terlibat dalam argumen yang merugikan kedua belah pihak. Dengan memahami bagaimana bahasa digunakan dalam konteks *fanwar*, kita dapat mengenali fenomena komunikasi negatif yang menjelaskan cara-cara untuk untuk mengubahnya menjadi interaksi yang lebih produktif. Kebutuhan untuk mendorong interaksi yang sehat melalui media sosial tidak hanya berdampak pada hubungan interpersonal penggemar, tetapi juga mempengaruhi kesejahteraan mental individu secara keseluruhan.

Dengan mengenali analisis negatif ini yang ada dalam tipe – tipe komentator di kolom komentar, pihak-pihak yang terkait, baik di platform media sosial atau komunitas penggemar, dapat mengembangkan strategi untuk mendorong diskusi yang lebih sehat kedepannya. Dengan menyadari adanya komunikasi negatif, penggemar dapat merencanakan untuk mendorong diskusi yang lebih baik dan positif. Dengan mempelajari cara berkomunikasi dengan baik dan menerapkan aturan yang jelas, penggemar dapat menciptakan lingkungan *online* yang lebih aman dan nyaman bagi semua orang.

Diharapkan hasil pengamatan ini memberikan masukan bagi pihak-pihak terkait, baik platform media sosial maupun pengelola komunitas *fandom*, untuk membangun lingkungan komunikasi yang lebih sehat. Dengan mengetahui analisis negatif tersebut akan sangat mudah bagi kedua belah pihak untuk membuat strategi agar setiap argumen yang masuk dapat di tangkap dengan baik dan terbuka. Hal ini sangat penting agar penggemar dapat menyampaikan pendapatnya tanpa adanya ketakutan timbulnya konflik yang merugikan. Dengan memahami bagimana caranya memperlakukan orang lain dengan hormat, dapat menciptakan suasana yang lebih kondusif. Hal ini tidak hanya menguntungkan hubungan antara para *fandom*, tetapi juga berdampak positif pada kesejahteraan psikologis dan mental tiap individu.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada klasifikasi tipe – tipe komentar yang muncul dalam *fanwar* atau perang komentar antara *fandom* ARMY (BTS) dan NCTzen (NCT) di media sosial X melalui kolom komentar.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa saja tipe komentar yang muncul dalam diskusi *fanwar* antara *fandom* ARMY dan NCTZEN di media sosial X?
2. Bagaimana komentar-komentar tertentu mencerminkan nilai-nilai atau norma dalam komunitas *fandom* ARMY dan NCTZEN?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang tertulis diatas, maka tujuan penelitian yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tipe – tipe komentar yang muncul dalam diskusi *fanwar* antara *fandom* ARMY dan NCTZEN di media sosial X. Peneliti ingin melihat bagaimana penggemar mengekspresikan dukungan untuk idolanya.

2. Untuk mengetahui bagaimana komentar - komentar tertentu dapat mencerminkan nilai-nilai atau norma dalam komunitas *fandom* ARMY dan NCTZEN. Peneliti ingin melihat bagaimana cara berkomunikasi para penggemar dan apakah terdapat pengaruh dalam perselisihan antar *fandom.*

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoretis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat dan dapat memberikan wawasan serta mengembangkan pengetahuan terkhusus pada kajian bidang komunikasi bagi jurusan ilmu komunikasi tentang keterlibatan sosial media terhadap analisis bahasa di media sosial. Analisis klasifikasi tipe – tipe komentar dalam perang komentar di media sosial dapat membantu memahami bagaimana komentar - komentar tertentu dapat mencerminkan nilai-nilai atau norma dalam interaksi sosial tertentu untuk mencapai suatu tujuan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini memberikan hasil yang baik dan dapat membantu penggemar untuk mengurangi agresivitas dan fanatisme mereka. Penelitian ini juga diharapkan membantu memahami bagaimana bahasa memiliki tutur yang kompleks, seperti perang komentar di media sosial. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan masalah yang sama.