

BAB III

TEMUAN PENELITIAN: TERJADINYA DINAMIKA KOMUNIKASI KELOMPOK PENGGEMAR K-POP GENERASI KE-4

Bab ini akan menjelaskan mengenai temuan penelitian dari dinamika komunikasi kelompok penggemar K-Pop generasi ke-4, secara khusus *fandom* STAY, ATINY, dan MOA dalam menanggapi *fanwars* di media sosial Twitter. Pada bab ini pun disampaikan hasil penelitian yang diperoleh dengan metode wawancara mendalam (*in depth interview*) terhadap informan, baik yang menjadi bagian dari *fandom* STAY atau ATINY atau MOA yang pernah atau melihat *fanwars* antara ketiga *fandom* tersebut maupun penggemar K-Pop secara umum yang pernah terlibat atau menyaksikan *fanwars* di antara ketiga *fandom* tersebut di Twitter. Adapun data sekunder yang ditambahkan oleh penulis sebagai data penguat temuan penelitian yang diperoleh dari proses observasi online di media sosial Twitter. Dalam usaha memperoleh informasi pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan interpretatif. Secara garis besar, pendekatan interpretatif merupakan sebuah sistem sosial yang memaknai perilaku secara detail dengan langsung mengobservasi (Newman, 1997 : 68). Pendekatan interpretatif memiliki dasar dari upaya untuk menemukan penjelasan mengenai peristiwa-peristiwa sosial atau budaya dengan berdasar pada perspektif dan pengalaman informan yang diteliti. Pendekatan ini dipilih untuk diterapkan kepada informan agar penulis mendapatkan data dan informasi yang diperlukan untuk penulisan temuan. Pendekatan interpretatif menyatakan bahwa situasi sosial memiliki ambiguitas yang besar dimana perilaku dan pernyataan memiliki beragam makna dan dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara (Newman, 2000 : 72). Oleh karena itu, dengan pendekatan interpretatif penulis berupaya untuk menginterpretasikan fenomena sosial yang terjadi di dalam *fandom* K-Pop generasi ke-4 khususnya *fandom* STAY, ATINY, dan MOA dalam menanggapi *fanwars* di media sosial Twitter, dari sudut pandang dinamika komunikasi kelompok dan *participatory culture*. Analisis penelitian yang diterapkan yaitu analisis isi kualitatif, dimana analisis tersebut menafsirkan isi atau konten dalam bentuk teks yang berasal dari

media, dimana dalam penelitian ini media yang dianalisis bersumber dari media sosial Twitter. Penelitian ini berfokus dengan melihat bagaimana dinamika komunikasi kelompok dalam memicu *fanwars* yang dilakukan oleh *fandom* STAY, ATINY, dan MOA di Twitter, dan didukung dengan *Participatory Culture Theory* (Teori Budaya Partisipatoris) serta Teori Negosiasi Diri. Berikut merupakan hasil temuan yang diperoleh dari kategorisasi coding yang telah dilaksanakan sebelumnya.

3.1. Profil Informan

Pada penelitian ini terdapat informan sebanyak 6 orang dengan karakteristik yang beragam antara lain:

- **Informan I:** Aes (MN), berusia 23 tahun, yang merupakan seorang mahasiswi dan berdomisili di Surabaya, Jawa Timur. Memiliki 8.584 pengikut (*followers*) dan mengikuti 3.145 pengguna (*following*) di Twitter.
- **Informan II:** Saniyyah (SN), berusia 23 tahun, yang merupakan seorang mahasiswi dan *freelancer* serta berdomisili di BSD, Tangerang Selatan. Memiliki 603 pengikut (*followers*) dan mengikuti 307 pengguna (*following*) di Twitter.
- **Informan III:** Emilia (EM), berusia 22 tahun, yang merupakan seorang mahasiswi dan berdomisili di Semarang, Jawa Tengah. Memiliki 433 pengikut (*followers*) dan mengikuti 508 pengguna (*following*) di Twitter.
- **Informan IV:** Zulfa (ZA), berusia 21 tahun, yang merupakan seorang mahasiswi dan berdomisili di Surabaya, Jawa Timur. Memiliki 307 pengikut (*followers*) dan mengikuti 335 pengguna (*following*) di Twitter.
- **Informan V:** Teresa (TC) berusia 22 tahun, yang merupakan seorang mahasiswi berasal dari Tangerang Selatan dan sedang

melanjutkan studi di Korea Selatan. Memiliki 1,312 pengikut (*followers*) dan mengikuti 1.006 pengguna (*following*) di Twitter.

- **Informan VI:** Regina (RF), berusia 20 tahun, yang merupakan seorang mahasiswi dan berdomisili di BSD, Tangerang Selatan. Memiliki 1.535 pengikut (*followers*) dan mengikuti 1.551 pengguna (*following*) di Twitter.

Wawancara mendalam atau *in-depth interview* telah dilakukan dalam waktu dan tempat yang berbeda untuk setiap masing-masing informan, ada yang melalui telepon, bertukar pesan suara (*voice notes*) melalui media komunikasi Whatsapp, dan melalui email atau *personal chat* menggunakan media sosial WhatsApp dan Twitter.

3.2. Dinamika Komunikasi Kelompok

Dalam bagian ini, peneliti akan memaparkan temuan penelitian yang didasarkan pada konsep-konsep utama pada Teori Komunikasi Kelompok, antara lain: (1) Analisis interaksi, (2) Arah komunikasi, dan (3) Jaringan komunikasi. Berikut penjelasan dari peneliti di bawah ini.

3.2.1. Analisis Interaksi

Dalam sebuah kelompok, analisis interaksi digunakan untuk menganalisis interaksi antara anggota kelompok sehingga keseimbangan di dalam kelompok tersebut dapat terjaga dengan baik. Untuk menganalisis interaksi suatu kelompok, diperlukan mengetahui intensitas banyak dan lamanya sebuah komunikasi, pada siapa berkomunikasi, dan bagaimana cara anggota kelompok berkomunikasi dan dapat menggerakkan anggota lainnya (Johnson and Johnson, 2002 dalam Derry, 2005:57) dalam (Elok Perwirawati, *et al.*, 2019:1126). Media sosial merupakan media yang bersifat *online* di mana masyarakat dapat berbagi pesan kepada orang atau kelompok lain (Kotler dan Keller, 2012: 568). Pada bagian ini, analisis interaksi yang dibahas merupakan sudut pandang dari ketiga *fandom* yang bersangkutan yaitu,

fandom STAY, ATINY, dan MOA. Dari 6 informan yang sudah diwawancarai, penulis meminta secara umum sudut pandang mereka sebagai penggemar K-Pop serta secara khusus sudut pandang mereka ketika bergabung dalam salah satu dari ketiga *fandom* tersebut mengenai komunikasi atau interaksi antar penggemar dan tanggapan atau pendapat mereka terhadap aktivitas *fanwar* penggemar K-Pop di media sosial Twitter. Hal tersebut mengartikan bahwa peneliti hanya sekedar menggali informasi mengenai bagaimana komunikasi yang terjadi di dalam ketiga *fandom* dan bagaimana mereka saling berinteraksi satu sama lain, serta pandangan atau pendapat umum informan sebagai penggemar K-Pop.

Berikut ini merupakan pernyataan-pernyataan dari keenam informan mengenai komunikasi antar penggemar di dalam suatu *fandom* yang menunjukkan cara berinteraksi satu penggemar dengan yang lain di dalam *fandom* tersebut ketika *fanwar* sedang berlangsung di Twitter:

“...fanacc biasanya membantu untuk menetralkan situation di masing-masing fandom mereka, sebagai contoh ATINY akan mengurus ATINY dan STAY akan mengurus STAY yang lain. Namun, hal tersebut tidak menutup kemungkinan banyak fan account yang saling menjatuhkan satu sama lain dan saling memuja idola masing-masing sehingga fanwar akan terus berlangsung dan bertahan lama, walaupun sudah diingatkan oleh penggemar lain dari fandom mereka sendiri.” – Informan I.

“Biasanya komunikasi di antara penggemar cukup rumit, banyak yang tidak mau mengalah satu sama lain. Biasanya juga mereka tidak mau mendengarkan pendapat atau argumen dari fandom lain, dan sering kali selalu merasa paling benar.” – Informan II.

“Dari fanwar yang pernah dilihat yaitu antara MOA dan Engene, ada salah satu fan account dari fandom Engene mengajak sesama fans di fandom mereka sendiri untuk tidak ikut menyebar hate comment ke grup dan fandom lain. Dari tweet reply yang ada, bisa dilihat bahwa banyak fans yang setuju dengan statement pembuat tweet, tapi di sisi lain mereka yang biasa terlibat fanwar akan tetap melanjutkan agenda war mereka. Oknum yang seperti ini kalau diingatkan 100x pun tidak akan hilang 100% dari suatu fandom” – Informan III.

“Komunikasi antar fandom disini pasti saling mengejek satu sama lain, membalas tweet atau secara tidak langsung menyinggung dan sarkas ke fandom lain. Kalau dari yang ditemui di fandom sendiri, tidak ada yang sampai berkata kasar atau mengejek, hanya saling menjatuhkan satu sama lain. Biasanya di fandom ATINY saling mengingatkan satu sama lain untuk tidak ikut fanwar dan tidak perlu memperbesar masalahnya karena idol kita mengajari untuk selalu menyebarkan kebaikan. Selain itu, ada beberapa ATINY yang aku temui menanggapi fanwar dengan memaparkan data achievement ATEEZ jadi haters tidak dapat berkata-kata lagi.” – Informan IV.

“Kalau di antara tiga fandom diatas sama seperti fandom STAY, pasti ada yang mencoba menetralkan suasana dan ada yang tetap melanjutkan fanwar, tapi kalau yang dilihat, yang tetap melanjutkan fanwar mereka biasanya tidak mau mendengar atau mengerti pendapat dari fandom lain sehingga fanwar akan terus terjadi karena tidak ada pihak yang mau mengalah kecuali pada akhirnya mereka lelah sendiri. Tapi untuk komunikasi di dalam fandom sebenarnya terbuka satu sama lain mau akun kecil maupun akun besar, ketika memang sudah ada yang keterlaluhan

akan langsung diingatkan dan diperingati, kalau ada yang masih menjadi provokator walaupun fanwarnya sudah reda juga akan diingatkan.” – Informan V.

“...pasti banyak penggemar yang memilih untuk tidak terlibat fanwar dengan mencoba untuk menenangkan dan mendinginkan suasana di timeline. Tidak dapat dibantah pasti banyak juga penggemar yang ikut terlibat dalam fanwar, memilih untuk tetap membalas atau menanggapi tweet provokatif atau balasan dari fandom lawan, membela idolanya, dan tidak mau mengalah serta tidak dapat diberitahu atau diberhentikan partisipasinya dalam fanwar yang berlangsung. Jadi, komunikasi di dalam fandom itu sendiri lebih ke saling mengingatkan satu sama lain untuk tidak terlalu jauh dan jangan membawa idola atau fandom lain jika memang ingin menanggapi suatu argumen, saling mendukung satu sama lain juga dengan memberi like dan RT, serta mencairkan suasana agar lebih ringan dan tidak panas di timeline Twitter. Untuk ketiga fandom, mungkin kalau sedang terlibat fanwar sepertinya tidak akan berkomunikasi satu sama lain ya, menutup diri dan komunikasi dari fandom lain yang bersangkutan, kecuali memang mereka saling membalas tweet fanwar satu sama lain dan memperburuk fanwar yang berlangsung.” – Informan VI.

Peneliti juga menemukan data pendukung yang memperlihatkan bahwa beberapa penggemar mengutarakan pendapatnya untuk tidak berinteraksi dengan *fanwar* yang sedang berlangsung dan memilih untuk menetralkan suasana atau tidak mempedulikan *fanwar* yang ada. Hal ini cukup mendukung jawaban dari informan, sebagai bukti dari pernyataan mereka.



Gambar 3.1

Sumber:

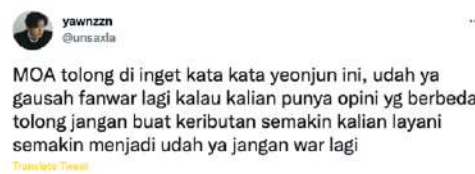
<https://twitter.com/wondyseland/status/1387803659971432450?s=21>



Gambar 3.2

Sumber:

<https://twitter.com/runwithsunoo00/status/1492542376036159489?s=20&t=Gu-PG7u7dJPwCh1ecBtGg>



Gambar 3.3

Sumber:

<https://twitter.com/unsaxla/status/1472966750874394625>



Gambar 3.5

Sumber:

<https://twitter.com/cookingasauce/status/1455904149074153480?s=21>



Gambar 3.4

Sumber:

<https://twitter.com/hyunH0n/status/1460239295843745793>

Melihat dari mayoritas jawaban informan dan data yang sudah ditemukan melalui hasil dokumentasi di media sosial Twitter, hal tersebut menjabarkan bahwa tidak semua penggemar K-Pop secara khusus penggemar K-Pop generasi ke-4 yang tergabung dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA memicu dan menanggapi *fanwar* dengan membalas atau turut serta dalam *fanwar*, walaupun masih ada ditemukan beberapa penggemar yang turut serta dalam *fanwar* dan membalas *tweet* yang bersifat provokatif memicu *fanwar*. Sebaliknya, banyak dari mereka yang justru menetralkan suasana dan mencoba menghentikan *fanwar* yang sedang berlangsung dengan menjadikan

suasana *timeline* Twitter lebih positif dan tidak terkontaminasi dengan masalah dalam *fanwar*.

Ketiga *fandom* memiliki cara berinteraksi satu sama lain yang mirip satu dengan yang lain, yaitu saling mengingatkan dan menginginkan lingkungan yang harmonis dalam mendukung idolanya di mana tidak diperlukannya adanya *fanwar*. Cara berinteraksi penggemar dari masing-masing *fandom* pun menunjukkan menggunakan fitur-fitur yang ada di dalam Twitter, seperti *direct message* (DM), *retweet* (RT), *reply*, dan memberikan *like* pada *tweet* yang menurut mereka berisi argument yang positif.

Menurut informan, *fanwar* yang terjadi di Twitter antara baik ketiga *fandom* STAY, ATINY, dan MOA, maupun *fandom* K-Pop secara umum seringkali terjadi. Selain pendapat informan mengenai komunikasi dan interaksi antar penggemar di dalam ketiga *fandom* tersebut, mereka juga mengutarakan tanggapannya terhadap *fanwar* yang seringkali terjadi di antara *fandom* K-Pop secara khusus *fandom* STAY, ATINY, dan MOA yang terjadi di media sosial Twitter.

“Sebagai pengguna aktif Twitter khususnya fan account, aku cukup sering melihat dan menyaksikan fanwar antara tiga fandom tersebut. Menurutku adanya fanwar diantara mereka merupakan hal yang tidak bisa dihindari, meskipun sebaiknya fanwar memang harus dihindari.” – Informan II.

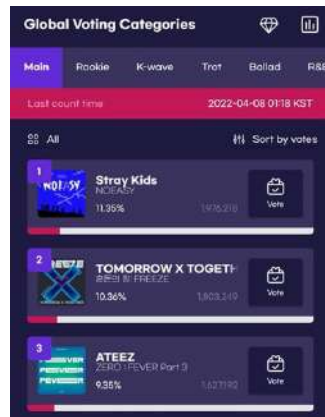
“Bisa dibilang sering sekali menyaksikan fanwar di timeline Twitter yang berhubungan dengan fandom tersebut. Kalau terlibat dengan fanwars dulu sekali sepertinya, ketika masih SMP-SMA masih suka ikut fanwars di Twitter, walaupun dulu join ke ARMY, belum jadi STAY. Pendapat pribadi, kalau di posisi yang dulu, yang masih suka ikut fanwars pasti sebal, kesal, sedih, menjadi satu karena balik lagi terbawa emosi kalau ada

oknum lain yang merendahkan idol kita. Tapi kalau di posisi yang sekarang, mungkin kalau ada fanwars dibawa tertawa saja karena kadang tidak masuk akal argumen dan permasalahannya, lebih merasa sebenarnya fanwars itu hanya menguras tenaga dan pikiran juga, tidak ada esensinya, seperti itu.” – Informan V.

“Fanwar antara STAY, ATINY, dan MOA sering terjadi, apalagi akhir-akhir ini fanwar antara ATINY dan STAY dapat dikatakan sangat sering terjadi karena kedua grup idola mereka sama-sama sedang berada di masa-masa emas atau sedang ada di puncaknya dengan persaingan yang ketat. Fanwar merupakan hal yang sangat wajar di kalangan penggemar, karena balik lagi ketika kita sudah ada di dalam suatu fandom, kita akan memiliki ego yang besar akan semua hal yang berhubungan dengan idola kita masing-masing.” – Informan VI.

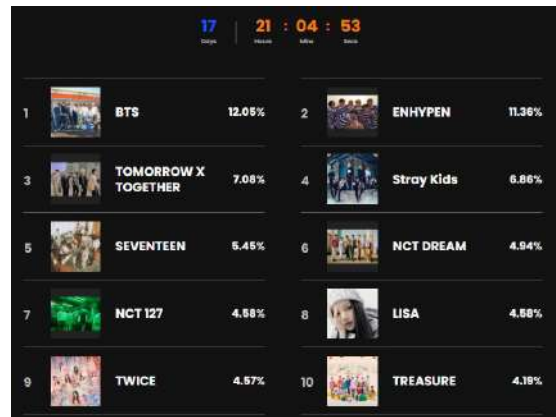
Dari kutipan informan, diperlihatkan bahwa *fanwar* sudah menjadi aktivitas atau kegiatan yang lumrah atau wajar dan sering kali terjadi di kalangan penggemar K-Pop khususnya generasi ke-4 yang tergabung dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA, di media sosial Twitter. Menurut pernyataan informan, *fanwar* tidak dapat dihindari apalagi di era atau masa ini di mana grup-grup K-Pop terus bermunculan baik grup laki-laki maupun perempuan, yang membuat persaingan di industri hiburan Korea Selatan menjadi lebih ketat dari tahun ke tahunnya. Ketatnya persaingan dalam dunia entertainment di Korea Selatan dapat dilihat dari acara penghargaan akhir dan awal tahun seperti Seoul Music Award (SMA) dan Mnet Asia Music Award (MAMA) yang membutuhkan *voting* atau pemungutan suara oleh fans global, di mana peringkat atau *ranking* dari Bonsang atau penghargaan utama yang umumnya diberikan kepada kurang lebih 10 artis berdasarkan hasil *voting* penggemar, nilai juri, dan SNS/nilai digital

dari album atau lagu tersebut, berbeda dengan Daesang yang merupakan *grand prize* yang diberikan hanya kepada satu artis saja. Maka, Bonsang sering dikatakan sebagai peraih Silver Medal sedangkan pemenang Daesang merupakan peraih Gold Medal.



Gambar 3.6

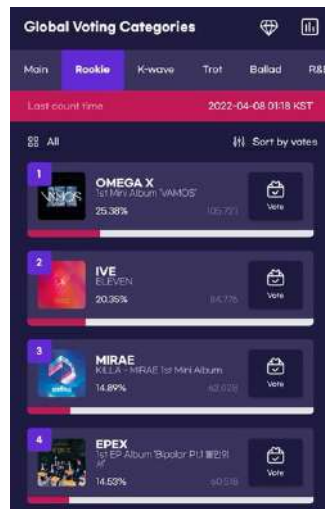
Final Result Bonsang SMA 2021



Gambar 3.8

Sumber:

https://twitter.com/vibe_yg/status/1456213720284102661



Gambar 3.7

Final Result Rookie SMA 2021

Mnet Asian Music Awards 2019 Partial Voting Result as of 3:00 PM KST			
Artist of the Year Category			
POS	Artist	Votes	Gap
1	BTS	1,138,880	///
2	EXO	271,400	866,480
3	X1	189,900	949,900
Song of the Year Category			
POS	Artist	Votes	Gap
1	BTS	1,140,119	///
2	EXO	295,022	844,517
3	TWICE	217,656	922,463
Best Male New Artist Category			
POS	Artist	Votes	Gap
1	TXT	1,013,280	///
2	X1	393,660	612,600
3	ATEEZ	248,640	749,520
Best New Female Artist Category			
POS	Artist	Votes	Gap
1	ITZY	903,360	///
2	EVERGLOW	348,810	614,550
3	SOMI	265,760	697,600
Best Male Group Category			
POS	Artist	Votes	Gap
1	BTS	1,247,400	///
2	EXO	386,750	880,650
3	SEVENTEEN	227,500	1,019,900
Best Female Group Category			
POS	Artist	Votes	Gap
1	TWICE	660,110	///
2	BLACKPINK	433,790	226,330
3	MAMAMOO	282,900	377,210

Gambar 3.9

Sumber:

<https://twitter.com/kchartsofficial/status/118798137046888857>

Dari data pendukung yang sudah ditemukan dari hasil dokumentasi melalui Twitter, dapat dilihat bahwa hasil *voting* untuk

kategori Bonsang atau Main Award baik pada penghargaan Seoul Music Award dan Mnet Asia Music Award memiliki jarak antara peringkat satu dan berikut-berikutnya tidak jauh dan didominasi oleh grup K-Pop generasi ke-4, seperti Stray Kids, ATEEZ, TXT, Enhypen, dan Treasure. Sedangkan untuk kategori *Rookie of the Year* atau Pendatang Baru pun jaraknya tidak jauh untuk penghargaan SMA 2021 begitupula untuk MAMA 2020. Hal ini menunjukkan bahwa memang adanya persaingan yang sangat ketat antara grup-grup K-Pop serta *fandomnya* yang turut berperan penting dalam *voting* secara global, sehingga *fanwar* menjadi hal yang lumrah/wajar di kalangan penggemar khususnya ketika ada acara-acara penghargaan akhir tahun atau acara besar.

Dibalik seringnya *fanwar* antara penggemar K-Pop khususnya generasi ke-4 (Stray Kids, ATEEZ, dan TXT) yang terjadi di media sosial Twitter, terdapat alasan atau tujuan dari penggemar ketika memulai atau terlibat dalam *fanwar*. Dari hasil wawancara dengan informan, diketahui bahwa para penggemar menginginkan idolanya berhasil dan sukses sehingga dapat dikenal banyak orang, sehingga penggemar K-Pop cenderung memiliki ego yang besar untuk menjadikan idolanya yang terbaik dalam industri entertainment K-Pop. Hal tersebut disebabkan adanya rasa kepemilikan dan tanggung jawab atau kewajiban sebagai salah seorang penggemar atau pendukung idola mereka tersebut, kasus disini merupakan penggemar dari Stray Kids, ATEEZ, dan TXT. Ketika penggemar tidak dapat mengontrol ego dan rasa kepemilikan tersebut, mereka cenderung menjadi obsesif terhadap idolanya di mana mereka tidak dapat membedakan antara “mendukung” idola dan “memiliki” idola yang dirasa penggemar tersebut mengetahui isi pikiran, perasaan, dan keseharian idola mereka. Dengan ego yang berlebihan tersebut maka penggemar akan sangat mudah untuk memulai dan/atau terlibat dengan *fanwar* karena adanya rasa iri atau tidak terima ketika idolanya tidak berada di posisi pertama

atau kalah dalam suatu acara atau kompetisi, atau ketika idolanya secara tidak langsung disangkut pautkan dengan *tweet* yang berisi argument mengenai suatu kategori. Selain itu, penggemar juga memiliki ego dan kebanggaan tersendiri ketika idolanya mendapat pengakuan dari non-penggemar atau masyarakat secara umum, sehingga tujuan dari *fanwar* itu sendiri antara lain ego penggemar yang tinggi akan pengakuan non-penggemar dan masyarakat umum akan idolanya serta kesuksesan idolanya yang harus lebih unggul dari grup-grup K-Pop lainnya. Kutipan beberapa informan yang dapat mendukung argument pada argument diatas, antara lain:

“Tujuan yang ingin dicapai fandom, yang jelas fans di dalam suatu fandom pasti ingin adanya atau dapatnya pengakuan dari fandom lain. Mereka juga ingin menomorsatukan idola masing-masing dalam semua kategori dan apa yang didapatkan, tentu saja kepuasan atas pengakuan dari fandom lain.” – Informan I.

“Penggemar yang terlibat fanwars umumnya memiliki sifat obsesi berlebihan ke idol di mana mereka merasa bahwa idol mereka tidak ada duanya dan harus paling nomor satu.” – Informan III.

“Semua penggemar pasti memiliki ego atau keinginan idolanya selalu menjadi yang pertama, terhebat, pemecah rekor, dan lain sebagainya, yang bisa dikatakan bahwa idola mereka harus menjadi ‘normor satu’ atau pemimpin dalam industri K-Pop.” – Informan VI.

Dengan adanya *fanwar* yang bertujuan untuk mendapat pengakuan dari penggemar lain dan masyarakat umum serta menjadikan idolanya selalu nomor satu dalam industri entertainment K-Pop, *fanwar* akan sangat sering terjadi dan menjadi kegiatan atau

aktivitas yang rutin dilakukan oleh suatu penggemar atau *fandom* ketika mereka merasa bahwa idolanya tidak ada di posisi pertama dan tidak mendapat pengakuan dari *fandom* lain. Hal tersebut dapat menimbulkan dampak yang cukup berpengaruh dan negatif, baik bagi penggemar secara pribadi, suatu *fandom*, dan idolanya. Dari hasil wawancara dengan informan, mereka berpendapat bahwa terdapat beberapa dampak yang muncul karena *fanwar* yaitu, nama *fandom* akan memiliki citra atau *image* yang buruk di mata penggemar lain dan masyarakat umum ketika *fandom* tersebut sering memicu dan terlibat dalam suatu *fanwar*. Ketika seseorang penggemar dalam suatu *fandom* terlibat dalam *fanwar* dan akhirnya satu *fandom* pun turut merespon *fanwar* tersebut menunjukkan sikap, sifat, dan karakteristik dari *fandom* tersebut di mata penggemar lain, sehingga citra *fandom* tersebut dapat dilabel sebagai *fandom* yang buruk atau *toxic*. Tidak hanya citra *fandom*, ketika *fanwar* terjadi maka banyak penggemar lain/non-fans yang akan melihat idola dari *fandom* tersebut sehingga citra/*image* idola mereka pun akan turut dinilai buruk oleh penggemar lain karena tidak dapat mendidik, menasehati, dan menegur penggemarnya sendiri untuk tidak memicu dan terlibat dalam *fanwar*.

“Adanya fanwar antar fandom tersebut berdampak kepada keruhnya hubungan antara fandom-fandom yang terlibat. Mereka nantinya hanya akan melihat kegiatan sebagai fans atau biasanya disebut fangirling sebagai suatu ajang untuk membela idol mereka saja, dan akhirnya akan ada persaingan-persaingan yang tidak sehat antar fandom tersebut. Untuk dampak dari sudut pandang orang dari fandom lain, biasanya fandom tersebut bisa dicap jelek karena suka mengikuti fanwar secara terus menerus. Jika fandom memiliki citra yang jelek, biasanya idolnya pun akan memiliki citra yang jelek pula. Jadi peran idol di sini pun sangat

penting untuk mengingatkan fans nya untuk tidak melakukan fanwar yang tidak penting.” – Informan II.

“Dampak paling jelas dari fanwar yaitu citra atau image dari suatu fandom itu sendiri serta image idolnya. Semakin sering suatu fandom terlibat atau bahkan memulai fanwar, semakin buruk image atau nama fandom tersebut di fans K-Pop secara umum. Hal tersebut juga berdampak ke image idolnya dimana non-fans akan berpikir bahwa idol tersebut tidak dapat mengurus atau mengajarkan hal-hal yang positif ke penggemarnya sendiri, sehingga image idol akan menjadi buruk di mata penggemar lain.” – Informan V.

3.2.2. Arah Komunikasi

Komunikasi penggemar K-Pop generasi ke-4 secara khusus *fandom* STAY, ATINY dan MOA dapat dilihat dari hierarki komunikasi yang berjalan satu arah atau dua arah, di mana dilihat dari proses jalannya dan hasil komunikasi antara anggota kelompok apakah ada timbal balik pesan atau tidak . Berikut ini merupakan beberapa kutipan hasil wawancara yang menyatakan adanya jenis arah komunikasi yang dilakukan oleh penggemar K-Pop baik secara umum maupun yang tergabung dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA dalam memicu dan menanggapi aktivitas atau kegiatan *fanwar* di Twitter:

“Di dalam fandom ATINY sendiri lebih condong dalam komunikasi dua arah, ada timbal balik atau feedback yang diberikan sama fan account atau followersnya. Terkadang ada pula fanbase yang justru turun langsung menanggapi fanaccount ATINY, seperti contoh tiba-tiba langsung memberikan reply atau QRT/RT tweet yang bersangkutan” – Informan I.

“Kalau untuk fanacc pribadi komunikasi selalu berjalan dua arah, namun kembali lagi kepada orang yang memiliki fanacc tersebut apakah mau melakukan komunikasi atau tidak. Untuk fanbase umumnya komunikasi hanya berjalan satu arah, dikarenakan fanbase biasanya merupakan akun yang update tentang info-info terkait fans.” – Informan II.

“Menurutku tetap dua arah di mana tetap ada timbal balik atau feedback, kalau fanbase besar pasti memiliki peran besar untuk menggerakkan massa alias para followersnya, walaupun kalau diingatkan tidak akan semuanya berhenti fanwar tapi pasti akan berbeda jika hanya suatu fan account yang bersuara mengenai fanwar” – Informan III.

“Kalau antar fandom atau fan account dari ketiga fandom dapat terbilang jarang, hanya kalau ada project bersama, itupun paling MOA dan ATINY yang diketahui bahwa member TXT dan ATEEZ berteman dekat. Kalau untuk fan account sendiri paling hanya sedikit yang berkomunikasi dengan fan account dari fandom lain, itupun karena mereka saling mengenal di real lifenya. Untuk fanbase sendiri, aku jarang menemukan karena mereka secara umum lebih fokus untuk memberikan informasi, jadwal, streaming guide, voting, dan lainnya.” – Informan IV.

“...Komunikasi antara fanbase dengan fanaccount berjalan dua arah, apalagi di masa-masa comeback atau award show, fanbase tidak menutup kemungkinan membuat sharing session menggunakan Space, membuat thread, sesi Q&A, atau quiz. Tapi kalau interaksi menanyakan kabar atau balas-membalas tweet normal, hanya dilakukan oleh fan account ke fan account lain,

tanpa melihat sebanyak apa followers dan followingnya, jadi terbuka untuk siapa saja.” – Informan V.

“Fanbase biasanya lebih sering berjalan satu arah aja, karena tugas mereka hanya memberikan info tentang idolanya, seperti schedule atau update dari medsos, chart, posisi lagu, streaming, voting, dan lain sebagainya. Fanbase juga membuat beberapa thread dan tweet tentang cara-cara streaming atau voting, di luar itu fanbase jarang sekali terlibat dengan fanwar atau isu seperti itu. Beda lagi dengan fan account, mereka sudah pasti berjalan dua arah dengan fan account lain, baik yang besar dengan jumlah followers mencapai puluhan ribu maupun yang sedikit. Umumnya, mereka akan sering interaksi dengan menanyakan kabar satu sama lain di timeline, membalas atau reply tweet dari followersnya, membuat sesi sharing atau curhat, dan lain sebagainya yang bersangkutan dengan aktivitas bareng-bareng dengan masing-masing followers dan following di Twitter.” – Informan VI.

Peneliti juga menemukan beberapa informasi tambahan sebagai data pendukung yang menunjukkan adanya komunikasi timbal balik yang sering dilakukan *fan account* besar dari masing-masing fandom, salah satu contohnya yaitu @/macloudroni yang merupakan seorang ATINY dan salah satu dari *fandom* STAY, yaitu @/SEUNGMINE, yang keduanya merupakan salah satu *fan account* besar di masing-masing *fandom* mereka. Sedangkan untuk *fanbase*, mayoritas sangat jarang melakukan komunikasi diluar tugas mereka dalam memberikan informasi mengenai idolanya seperti jadwal atau *schedule*, *streaming* dan *voting*, *update* media sosial, dan lainnya. Walaupun begitu, tidak menutup kemungkinan bahwa *fanbase* juga beberapa kali melakukan komunikasi yang berjalan dua arah dengan sesama penggemar di dalam

fandom tersebut dan membuat sesi *sharing* menggunakan fitur Space di media sosial Twitter.



Gambar 3.10

Sumber:
<https://twitter.com/SEUNGM1NE/status/1480359812516904963>



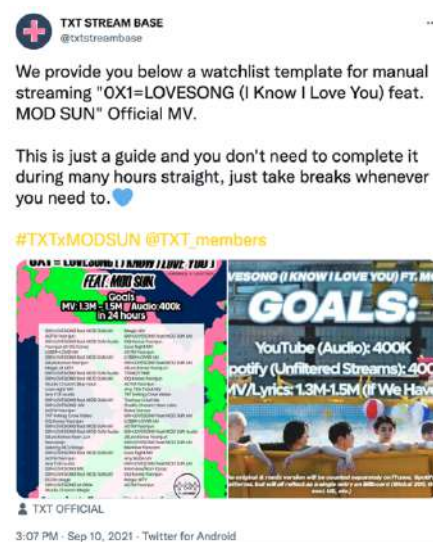
Gambar 3.11

Sumber:
<https://twitter.com/macloudroni/status/133377228136546306>



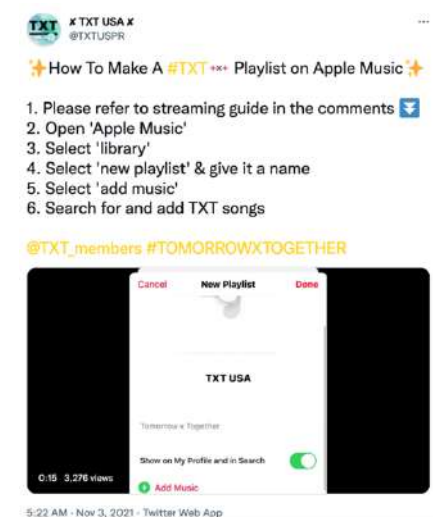
Gambar 3.12

Sumber:
<https://twitter.com/macloudroni/status/1370289429370216449>



Gambar 3.13

Sumber:
<https://twitter.com/txtstreambase/status/1436239840836825088>

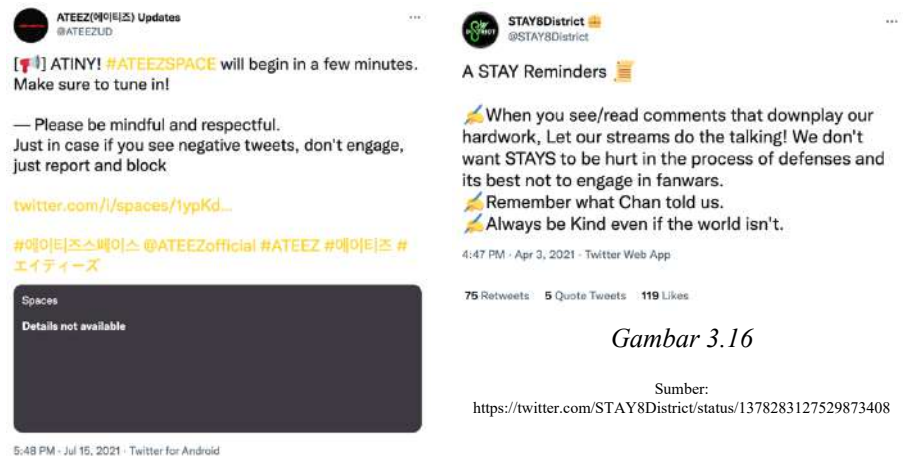


Gambar 3.14

Sumber:
<https://twitter.com/TXTUSPR/status/1455661629354516486>

Melihat dari informasi yang sudah dikumpulkan baik melalui informan maupun data tambahan yang didapatkan melalui media sosial Twitter, komunikasi dalam suatu *fandom* khususnya *fandom* STAY, ATINY, dan MOA berjalan dua arah untuk *fan account*, tanpa melihat jumlah *followers* atau *following* dan seberapa besar *fan account* tersebut. Seperti yang tertera diatas, *fan account* dapat dikatakan sering berinteraksi dengan menanyakan kabar dan saling membalas *tweet* dengan *followers/following*-nya sehingga menunjukkan adanya komunikasi berjalan dua arah dan timbal balik atau *feedback* baik dari *fan account* maupun dari lawan bicara *fan account* tersebut.

Berbeda dengan *fan account*, *fanbase* terbilang sangat jarang melakukan komunikasi dua arah, di mana mereka hanya memberikan informasi mengenai kegiatan yang harus dilakukan oleh penggemar dari *fandom* tersebut, seperti *voting*, *streaming*, pencapaian-pencapaian yang harus dicapai, dan lainnya. Dalam melakukan tugasnya, *fanbase* juga membuat *thread* sebagai *guide* atau petunjuk untuk membantu penggemar lain dalam *fandom* tersebut ketika mereka kurang atau tidak paham cara-cara dan *tips and trick* untuk *voting* dan *streaming*. Walaupun begitu, tidak menutup kemungkinan adanya komunikasi dua arah dengan *fanbase* ketika idola mereka sedang melangsungkan *comeback* atau ada kegiatan tertentu yang membutuhkan dukungan penggemar, seperti acara akhir tahun, *reality* atau *variety show*, *survival show*, dan lain sebagainya sehingga *fanbase* akan melakukan sesi *sharing* atau tanya jawab melalui fitur Space di media sosial Twitter. Tidak hanya itu, *fanbase* juga mengingatkan *followers* dan penggemar lainnya untuk tidak terlibat dengan *tweet* yang dapat menyebabkan *fanwars* atau *fanwar* itu sendiri yang sedang berlangsung, seperti pada contoh dibawah ini:



Gambar 3.15

Sumber:
<https://twitter.com/ATEEZUD/status/1415624303924498436>

Gambar 3.16

Sumber:
<https://twitter.com/STAY8District/status/1378283127529873408>

Terdapat pula beberapa kutipan dari informan yang mendukung pernyataan diatas, antara lain:

“Fanbase akan bersifat paling netral. Mereka biasanya menghindari ikut serta dalam terjadinya fanwar, di sisi lain mereka akan terus mengingatkan fans lain untuk tidak ikut dalam fanwar, dan mendorong para fans untuk terus mendukung idolanya dengan cara streaming lagu maupun MV, voting, dan lainnya” – Informan II.

“Kalau dari aku sendiri yang memiliki fan account untuk ATEEZ, jarang melihat adanya fanbase besar yang ikut menyuarakan suaranya ketika terjadi fanwar. Mereka lebih sering memberikan pengertian serta mengingatkan ATINY untuk tidak terpicat dengan hate tweet” – Informan IV.

Dengan melihat komunikasi antara *fanbase* dan *fan account* besar dengan penggemar lain, atau dalam bahasa lainnya *fan account* lainnya, maka kedua akun tersebut, baik *fanbase* maupun *fan account* memiliki

peranan yang penting dalam suatu *fandom*. Dapat dijabarkan bahwa pemegang kekuasaan atau yang memiliki kekuasaan atau kontrol dalam menggerakkan suatu *fandom* adalah keberadaan *fanbase* dan *fan account* besar itu sendiri, di mana jika tidak ada *fanbase* maka informasi-informasi mengenai idola dan cara-cara atau *reminder* untuk *streaming* dan *voting* tidak akan terupdate dan terorganisir, begitupula dengan keberadaan *fan account* besar di mana mereka juga menjadi pengingat untuk penggemar lain, baik dalam hal tugas dan kewajiban penggemar maupun terlibat dalam suatu fanwar, dan terkadang membantu tugas-tugas dari *fanbase* itu sendiri. Kutipan beberapa informan yang menunjukkan hal tersebut, antara lain:

“Fanbase memiliki peran penting dalam fanwar, baik dari sisi negatif maupun positif. Mereka yang mengendalikan akun mereka, yang bertanggung jawab kalau ada oknum-oknum yang menyebar hate melalui platform mereka. Good thing is, normalnya fanbase memiliki aturan-aturan yang tidak memperbolehkan followersnya memicu fanwar yang disampaikan melalui platform mereka, sehingga setiap ada tweet penyebar hate comment, mereka akan langsung menghapus tweet terkait dan mempublikasikan oknum yang menyebar hate.” – Informan III.

“...fanbase memiliki peran yang sangat penting di dalam fandom di mana mereka memutuskan untuk lebih bertindak sebagai pengamat, mediator, dan reminder untuk penggemar lain agar tidak terlibat dengan fanwar serta mendidik untuk tidak membawa isu yang sensitif.” – Informan VI.

Ketika *fanbase* dan *fan account* besar memiliki peranan yang penting dalam suatu *fandom* di mana mereka menjadi tulang punggung

atau penggerak suatu *fandom* dalam melakukan tugas dan kewajibannya sebagai seorang penggemar, khususnya mengingatkan penggemar lain untuk tidak terlibat dalam *fanwars* dengan penggemar dari *fandom* lain untuk menghindari dampak yang tidak diinginkan seperti nama baik *fandom* ternodai, hubungan antara *fandom* buruk, bahkan citra idola mereka pun ikut dapat menjadi jelek ketika *fanwar* sudah terjadi dengan parah dan dalam waktu yang lama, maka *fanbase* dan *fan account* besar tersebut akan bertindak sebagai pemegang kekuasaan atau kontrol dalam *fandom* tersebut.

3.2.3. Jaringan Komunikasi

Di dalam sebuah kelompok, jaringan komunikasi menggambarkan “siapa berbicara kepada siapa” di mana terjadi pertukaran informasi secara teratur dan memiliki pola tertentu. Jaringan komunikasi merupakan langkah penting untuk menentukan siapa yang dapat berkomunikasi dan bagaimana komunikasi tersebut dilakukan (Johnson and Johnson, 2002, dalam Derry, 2005:57) dalam (Elok Perwirawati, *et al.*, 2019:1126). Berikut beberapa kutipan hasil wawancara yang menyatakan bentuk atau tipe jaringan komunikasi dalam kelompok penggemar K-Pop secara khusus dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA dalam memicu dan menanggapi aktivitas *fanwar* di media sosial Twitter:

“Terkadang kita mengetahuinya dari trending topic yang ada di Twitter. Umumnya, jika ada fanwar pasti akan ramai dengan orang-orang yang sudah terlibat di dalam fanwar, kemudian fans bisa sadar dari teman-teman mutual di Twitter, di mana biasanya mereka memberikan RT hal yang berhubungan dengan fanwar. Normalnya, memberikan RT untuk tweet yang mendinginkan suasana, tapi ada pula yang merespon tweet pembuat fanwar, walaupun tidak banyak.” – Informan I.

“Karena ada mutual yang ikut dalam fanwar tersebut, mutual disini adalah teman-teman atau following yang juga mem-follow kita di Twitter. Karena sering kali, tweet yang mereka retweet/like sampai pada timeline kita dan membuat orang di fandom tersebut, maupun di luar fandom tersebut menjadi aware akan adanya fanwar. Namun tidak jarang di mana fans tidak mengetahui adanya fanwar, dalam kasus ini tweet pemicu atau tweet fanwar tidak sampai ke timeline mereka.” – Informan II.

“Umumnya fanwar muncul karena ada satu tweet dari satu akun penyebar hate. Semakin tinggi engagement yang didapatkan tweet hate tersebut, maka semakin tinggi juga kemungkinan semua fandom mengetahui tentang fanwar terkait.” – Informan III.

“Kalau fanwarnya belum besar, umumnya satu fandom belum akan sadar kalau ada fanwar yang melibatkan mereka karena dikira hanya satu atau dua oknum yang melakukan fanwar, padahal ketika oknum tersebut terlibat, dia pasti bawa nama fandom. Umumnya, penggemar atau fandom lain akan sadar ketika fanwar sudah besar dan sudah menjatuhkan satu sama lain. Lalu, di dalam satu akun penggemar juga pasti ada “bestie” dari fandom lain yang secara otomatis akan melihat atau membaca tweet baik yang ditulis sendiri maupun hanya RT dan like yang mengandung fanwar.” – Informan IV.

“Fanwar biasanya akan diketahui kalau sudah besar dan melibatkan banyak pihak, dalam case ini berarti satu fandom dengan fandom lainnya, sehingga muncul sebagai isu yang trending di Twitter. Bisa juga dilihat dari timeline Twitter yang

ramai, karena fanwar kalau sudah besar akan muncul dengan sendirinya di timeline secara ada aja followers atau following yang memberikan RT atau like tweet yang bersangkutan.” – Informan V.

“Fanwar mudah diketahui satu fandom atau penggemar dari fandom lain kalau fanwar itu sendiri sudah ngelibatin fandom-fandom besar seperti ARMY, EXO-L, atau BLINK. Kalau fandom besar ikut, otomatis penggemar yang ikut menanggapi fanwar akan lebih banyak, sehingga keywordnya akan mudah untuk naik jadi trending topic. Kalau sudah muncul di trending topic, keywordnya akan muncul di timeline penggemar lain, memang tidak menutup kemungkinan jika ada penggemar dari fandomnya sendiri yang tidak sadar sedang terjadi fanwar, namun biasanya penggemar tersebut akan menanyakan kepada mutualnya karena rasa keingin tahuan sebagai penggemar dari fandom yang terlibat fanwar dengan fandom lain.” – Informan VI.

Peneliti juga menemukan informasi tambahan yang didapat dari media sosial Twitter serta *screenshot* informan sendiri, yang mempertegas jawaban informan di atas yang memperlihatkan bagaimana penggemar saling memberikan informasi satu sama lain mengenai *fanwar* maupun isu yang sedang banyak dibicarakan di dalam *fandom* mereka, melalui fitur *Direct Message* dan *reply* atau *mention*.

Hal tersebut menguatkan bukti dari hasil wawancara yang didapat dari informan di atas.



Gambar 3.17

Sumber:
<https://twitter.com/hyunH0n/status/1460239295843745793>



Gambar 3.18

Sumber:
twitter.com/icahsaps/status/1525637637662330880



Gambar 3.19



Gambar 3.20

Melihat dari hasil wawancara yang didapatkan dari informan serta informasi tambahan yang didapatkan melalui media sosial Twitter serta *screenshot* dari informan itu sendiri, memperlihatkan bahwa penggemar K-Pop, secara khusus penggemar K-Pop generasi ke-4 yang

termasuk dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA memperoleh informasi mengenai isu *fanwars* dengan berbagai cara sehingga mereka menyadari adanya atau terjadinya suatu *fanwar* di dalam *fandom* itu sendiri maupun *fanwar* yang terjadi di luar *fandom* mereka. Fitur *trending topic* di media sosial Twitter membuat penggemar K-Pop mengetahui atau menyadari adanya *fanwar* yang sedang maupun sudah terjadi. Dengan banyaknya penggemar yang membahas atau menanggapi isu yang diangkat dari *fanwar*, maka kata kunci atau tagar (*hashtag*) yang paling sering muncul akan menjadi salah satu *trending topic* di Twitter. Selain itu, munculnya *tweet*, baik yang menanggapi secara langsung maupun hanya memberikan argumen pribadi, mengenai *fanwar* ataupun isu yang dibahas di dalam *fanwar* di *timeline* Twitter seorang penggemar membuat mereka sadar dan paham mengenai *fanwar* yang sedang berlangsung. Normalnya, *tweet* yang muncul merupakan hasil dari *like* atau *retweet* (RT) *following* maupun *followers* dari akun penggemar tersebut. Jika dirasa memang informasi yang didapatkan belum cukup memuaskan keingintahuan penggemar, maka mereka menanyakan ke teman di Twitternya melalui fitur *reply tweet* ataupun *direct message* (DM), di mana mereka menanyakan hal-hal yang krusial dan bersifat sensitive seperti siapa yang memulai *fanwar*, isu apa saja yang diangkat, kata-kata apa saja yang dapat memicu *fanwar*, dan opini atau tanggapan mereka secara pribadi dan subjektif terhadap *fanwar* tersebut.

Penggemar di dalam suatu *fandom* tentu tidak semuanya akan ikut menanggapi *fanwar* yang terjadi di media sosial Twitter, akan ada penggemar yang hanya melihat dan memantau perkembangan *fanwar* tanpa terjun secara langsung ke dalam *fanwar* tersebut, walaupun hanya memberi *like* dan *retweet*, yang dapat dikatakan sebagai penggemar pasif. Walaupun begitu, baik penggemar pasif maupun penggemar aktif, yang sangat vokal dalam membela dan berjuang untuk idolanya serta menyuarakan argument atau pendapatnya, sama-sama dianggap

penting bagi perkembangan *fanwar* itu sendiri. Hal ini dapat diperkuat dengan informasi-informasi yang didapatkan dari informan mengenai peran penggemar aktif dan pasif di dalam suatu *fandom*, sebagai berikut:

“I thought it’s a good things, mereka yang aktif menyuarakan hak-hak mereka selagi masih dalam ranah yang positif dan tidak menyudutkan suatu pihak, terlebih jika tujuan mereka bersuara untuk menetralkan suasana. Kalau penggemar yang pasif juga bukan suatu hal yang jelek, dibandingkan nge-tweet hal yang mmebuat suasana semakin suram atau ada salah-salah yang membuat keruh, ada baiknya teman-teman yang pasif nge-retweet something good too.” – Informan I.

“Dari tipe fans yang aktif memberi komentar/menanggapi fanwar dan tipe fans yang hanya membuka Twitter, memberi RT dan like, sama-sama memiliki peran besar dalam mem-blow up fanwar. Walaupun RT/like saja, tetap muncul juga di timeline mutual sehingga bisa memicu yang lain untuk ikut terlibat dalam fanwar, tapi memang lebih berperan yang ikut reply/qrt dan komentar daripada yang pasif. Karena yang namanya manusia juga pasti bisa memberikan influence kepada orang lain, yang tadinya lihat hate comment biasa saja dan tidak peduli kemudian ada teman yang dikenal ikut menanggapi akhirnya bisa terpengaruh dan membuat fanwar menjadi besar.” – Informan III.

“...Kalau untuk peran masing-masing penggemar pasif dan aktif, sama-sama penting, karena kalau tidak ada tim RT dan like pun tweet yang berisi fakta dan bukti tersebut tidak akan menyebar dan di RT/like oleh penggemar lain, serta tidak akan dibaca oleh fandom lain. Jadi menurutku pribadi, sama-sama memiliki peran

atau tugasnya masing-masing dan sama-sama penting juga perannya.” – Informan IV.

“For me, it’s same, mereka sama-sama punya peran penting, mau fans yang active or passive, kalau untuk yang sama sekali diam sudah pasti tidak ada perannya karena dia tidak melakukan apa-apa. Penting disini tidak melihat peran positif atau negative untuk fanwarnya jadi it can be both. Fans yang aktif pasti punya peran yang lebih besar dalam memicu dan memperbesar fanwar, di mana mereka menyuarakan pendapat, baik positif maupun negative, akan sangat mempengaruhi jalannya fanwar, seberapa lama fanwar akan terjadi. Dan fans yang pasif pun, walaupun hanya memberi like dan retweet, mereka ikut berperan dalam nyebarin isu fanwar ini ke penggemar lain dan orang atau non-fans yang main Twitter. Dengan banyak retweet pun, isu fanwar pasti akan trending di Twitter. Jadi, kedua jenis fans tersebut punya peran yang sama-sama penting.” – Informan V.

Dari jawaban-jawaban yang sudah didapatkan dari berbagai informan, penggemar K-Pop yang aktif menanggapi dan menyuarakan pendapat mereka dalam *fanwar* serta penggemar pasif yang hanya memantau dan melihat perkembangan sambil memberikan *like* atau *retweet*, sama-sama memiliki peran besar dan penting dalam perkembangan dan penyebaran isu dan informasi mengenai *fanwar* di media sosial Twitter. Penggemar yang aktif dalam menanggapi dan menyuarakan pendapat atau argument mereka, seperti dengan *me-reply* atau memeberikan *quote retweet* dari *tweet* yang menyinggung atau dari *fandom* “lawan” dalam suatu *fanwar*, terlihat jelas dan secara langsung bahwa mereka memang secara terang-terangan mengikuti, menanggapi, dan/atau membalas *fanwar* tersebut sehingga *fanwar* akan terus berlangsung dan dapat diketahui oleh penggemar lain baik dari *fandom*

yang sama maupun dari *fandom* lain. Selain itu, dengan adanya fans yang secara aktif menanggapi dan terlibat dalam *fanwar*, akan semakin banyak pula *tweet* yang membahas mengenai isu yang diangkat dalam suatu *fanwar* sehingga kata kunci di dalam *fanwar* itu sendiri lebih cepat menjadi *trending topic* di Twitter.

Dibandingkan dengan penggemar aktif yang peranannya dalam *fanwar* dapat dikatakan besar, penggemar pasif memang tidak terlihat secara langsung dalam menyuarakan pendapat pribadi mereka ataupun membahas *fanwar* secara terang-terangan melalui *tweet* yang terbuka untuk umum di *timeline*. Namun, keberadaan mereka yang hanya memberi *like* dan *retweet* sebenarnya memiliki peranan besar dalam menyebarkan *fanwar* tersebut ke penggemar lain maupun pengguna Twitter secara umum. Jumlah penggemar pasif yang tergolong lebih banyak daripada yang secara aktif menanggapi dan terlibat dalam *fanwar* menjadi kunci untuk menyebarkan isu yang diangkat dalam *fanwar*, di mana semakin banyak *like* dan *retweet* yang diberikan oleh penggemar pasif, maka suatu *tweet* akan lebih cepat menyebar ke pengguna lain dan dilihat atau ditanggapi oleh penggemar dan pengguna Twitter lainnya. Penggemar pasif akan memberikan *like* dan/atau *retweet* ketika mereka merasa setuju atau sependapat mengenai isi dari *tweet* tersebut, baik yang menanggapi *fanwar* maupun berisi argument tanpa membawa isu *fanwar* yang sensitif untuk sebagian penggemar lainnya.

Ketika terjadi *fanwar*, *tweet* yang berisikan argument atau tanggapan dari isu yang diangkat di dalam *fanwar* tersebut normalnya berasal dari akun penggemar (*fan account*) yang memiliki banyak pengikut (*followers*) ataupun yang sering berinteraksi dan men-*tweet*-kan hal-hal yang berkaitan dengan idolanya, seperti gambar, video komplikasi, konten-konten terbaru, dan lainnya. Dengan memiliki jumlah *followers* yang relative banyak, tentu hal tersebut menjadi salah satu faktor di mana *tweet* mereka dapat memiliki *engagement* yang

tinggi, dilihat oleh banyak orang dan kemudian di *like* atau di *retweet* dengan penggemar lain, sehingga dapat dikatakan bahwa mereka salah satu pemegang kekuasaan atau sosok penting di dalam suatu *fandom*, khususnya ketika terjadi suatu *fanwar* yang melibatkan *fandom* mereka. *Fan account* tersebut akan bertindak sebagai penengah yang menetralkan dan mencairkan suasana sehingga *fanwar* tidak berjalan lebih jauh dan menjadi lebih besar, ataupun justru mereka membuat *fanwar* dapat menjadi lebih besar dengan turut menanggapi, memberikan argument dan fakta, serta menyerang kembali *fandom* lain yang bersangkutan. Walaupun *fan account* menjadi sosok penting dalam berjalannya suatu *fanwar*, baik yang memperburuk maupun yang menetralkan situasi, penggemar lain dengan *fan account* kecil dan tentunya *fanbase* juga memiliki peranan yang cukup berpengaruh karena mereka pun sama-sama turut mengingatkan penggemar lain, memberikan nasehat untuk tidak terlalu jauh, dan mencairkan suasana *timeline*, serta memberikan *like* dan *retweet* untuk *tweet* dari *fan account* dan *fanbase* itu sendiri.

3.3. Participatory Culture

Dalam sub-bab ini, penulis akan menjelaskan lebih rinci dan mendalam mengenai temuan penelitian yang berasal dari hasil wawancara dengan 6 (enam) orang informan yang akan dikaitkan dengan konsep-konsep dari *Participatory Culture*, antara lain: (1) Peran serta, dan (2) Konsumsi informasi. Berikut merupakan penjelasannya.

3.3.1. Peran Serta

Dalam *Participatory Culture*, peran serta merupakan interaksi yang dilakukan oleh pengguna dengan sesama pengguna di mana pengguna tersebut berinteraksi dengan konten (misalnya memberikan dukungan atau *like* dan *retweet*, menambahkan pesan atau *playlist*, memberikan peringkat pada konten tertentu, berbagi komentar, dan

lainnya) yang tidak berkaitan dengan produksi konten yang dilakukan sendiri (Gousong, 2009). Pada bagian ini, penulis menjabarkan bagaimana informan dapat berperan serta dan bentuk dari peran serta itu sendiri serta motivasi mereka dalam mengikuti atau menanggapi *fanwar* yang terjadi di media sosial Twitter, secara khusus penggemar K-Pop generasi ke-4 yang tergabung dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA atau penggemar K-Pop secara umum yang pernah menyaksikan dan terlibat dalam *fanwars*. Berikut pernyataan dari keenam informan yang menyatakan peran serta mereka dalam *fanwar* antar penggemar K-Pop di media sosial Twitter:

“Iya, tapi normalnya aku tidak secara terbuka membahas mengenai fanwars. Umumnya, aku akan membahas melalui DM dan tidak ke semua mutual, hanya ke satu dua orang yang memang sudah dekat dan bidapatsa dipercaya. Kita biasanya saling sharing, menyalahkan oknum-oknum yang memicu fanwar, dan mencari tahu akar permasalahannya itu dari mana.”

– Informan I.

“Mungkin aku tidak membicarakan perihal fanwar secara langsung di timeline dengan teman-teman Twitter, namun lebih ke membahas masalah tersebut lewat DM/pesan pribadi lainnya.” – Informan II.

“Bisa dibilang aktif dalam membicarakan, bukan ikut terlibat. Karena seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, kita biasanya ikut menganalisis mengapa orang-orang tersebut menyebar hate A, B, C, D, dan seterusnya. In my opinion, karena tidak terlibat secara langsung di fanwar tersebut, aku dan yang lainnya jadi bisa melihat faktanya secara lebih luas dan netral dari berbagai sisi sehingga kita bisa belajar banyak juga, antara lain jadi lebih

tahu macam-macam kelakuan fandom dan tahu pola apa yang biasanya memicu fanwar.” – Informan III.

“Biasanya aku membicarakan fanwar atau perilaku fandom lain yang membuat emosi kalau memang sedang masa-masanya banyak fanwar, yang sering berinteraksi dengan fandom lain di Twitter dan diluar itu bisa dibilang aku jarang membicarakannya kecuali sedang ada fanwar, seperti kemarin acara survival Kingdom, kemudian MAMA, dan lain-lainnya. Itupun aku tidak membahasnya terang-terangan di timeline, tapi lebih ke DM atau grup DM dengan mutual di Twitter.” – Informan IV.

“Well, I can say maybe yes, not definitely but sometimes. Memang tidak akan secara langsung membahas core problem dari fanwar itu sendiri tapi lebih kepada DM dengan followers. Kalau ada argument yang sudah keterlaluhan dan kelewat batas, tidak melihat dari fandom mana, sudah pasti ikut mengutarakan pendapat pribadi melalui tweet tanpa perlu membawa nama fandom atau idol lain karena itu sensitive and lead into another argument yang hanya memperpanjang fanwar.” – Informan V.

“Jika terjadi fanwar di dalam fandom sendiri, seperti ATINY dan MOA, tentu aja aku akan membicarakannya melalui DM Twitter dengan mutualku. Kalau membahas secara langsung di timeline, dapat dikatakan jarang, mungkin satu dua kali ketika memang di DM pun tidak ada yang membahas maka aku akan bertanya di timeline “what’s going on?” atau “ini ada apa kenapa ramai?” seperti itu, dan kemudian akan dijawab oleh penggemar lain. Jika fanwar yang berlangsung tidak melibatkan fandom ATINY atau MOA, secara umum aku tidak akan membahas dan menanyakan ke mutual aku kecuali salah satu dari mereka ada yang membuka

topik pembicaraan mengenai fanwar tersebut baru kita akan sama-sama membahasnya.” – Informan VI.

Melihat dari pernyataan informan di atas, penggemar K-Pop secara khusus generasi ke-4 dan yang tergabung dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA maupun penggemar K-Pop secara umum secara aktif mengamati dan membicarakan *fanwar* dengan *followers* dan *followingnya* di Twitter dengan menggunakan fitur *direct message* (DM). Walaupun tidak terlibat secara langsung, mereka tetap mengamati dan memperhatikan jalannya *fanwar* dan menggali informasi bagaimana awal mula *fanwar* dapat terjadi dan siapa penyebabnya. Jika dirasa *fanwar* sudah berjalan terlalu jauh dan melewati batas di mana idola atau *bias* mereka dibawa dalam *fanwar* dan menjadi sasaran kebencian atau dipermalukan oleh *fandom* lain, maka mereka tidak akan ragu untuk terjun secara langsung terlibat dalam *fanwar* dengan menanggapi *tweet* atau argument yang dirasa sudah melewati batas tersebut. Penggemar akan ramai-ramai membela idolanya dan memberikan peringatan atau nasehat kepada penggemar dari *fandom* lain untuk tidak menyeret-menyeret idola/*bias* dan/atau isu atau masalah lain yang tidak ada hubungannya dengan isu yang dibahas dalam *fanwar*, walaupun tetap ada penggemar yang saling menjelekkkan idola dari *fandom* lain dan memaki-maki *fandom* tersebut. Untuk memperkuat pernyataan informan dan penjabaran di atas, peneliti juga menemukan beberapa tambahan informasi dari internet dan media sosial Twitter, sebagai berikut.



8:58 PM · Jun 3, 2021 · Twitter for Android

39 Retweets 1 Quote Tweet 120 Likes

Gambar 3.21

Sumber:

<https://twitter.com/enlomi/status/1400451853729468430>



8:10 PM · May 3, 2022 · Twitter for Android

201 Retweets 14 Quote Tweets 700 Likes

Gambar 3.23

Sumber:

<https://twitter.com/dexquil/status/1521477267851190272>



11:29 PM · Dec 15, 2021 · Twitter for Android

67 Retweets 9 Quote Tweets 325 Likes

Gambar 3.22

Sumber:

<https://twitter.com/tubatuprintt/status/1471517891610566660>



10:35 PM · May 3, 2022 · Twitter for Android

953 Retweets 77 Quote Tweets 5,052 Likes

Gambar 3.24

Sumber:

<https://twitter.com/prodminsang/status/1521513869600243713>

Dari informasi tambahan diatas, dapat dilihat bahwa beberapa penggemar ikut turun tangan menanggapi isu yang sedang dibahas di dalam *fanwar*, sebagai contoh dari *fanwar* terbaru yang membahas mengenai *venue* konser TXT yang memiliki kapasitas lebih kecil daripada *venue* konser ATEEZ di luar negeri. Hal tersebut kemudian dipermasalahkan oleh beberapa penggemar TXT yaitu MOA dengan *men-tweet* “TXT is more populer than ATEEZ” sehingga membuat penggemar ATEEZ yaitu ATINY marah dan ada beberapa penggemar yang menanggapi *tweet* tersebut, seperti pada gambar diatas dengan username @/dexquil dan @/prodminsang dan beberapa akun lain @/woodshinestar, @/songfxon, dan @/woosception. Tidak hanya itu, *tweet* yang berisikan argument atau pendapat dari pemilik akun Twitter pun memiliki *retweet* dan *like* yang cukup banyak, di mana hal tersebut

menunjukkan bahwa penggemar lain dalam *fandom* yang sama maupun penggemar *casual listening* yang tidak terlibat secara langsung, atau dikatakan sebagai penggemar pasif, turut memberi dukungan dengan jumlah *retweet* dan *like* yang besar.

Keterlibatan atau peran serta penggemar dalam suatu *fanwar* secara khusus yang terjadi pada penggemar K-Pop generasi ke-4 dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA ataupun penggemar K-Pop secara umum dipengaruhi oleh banyak faktor. *Fanwar* yang dianggap sudah melewati batas dan sudah terjadi dalam skala besar memiliki kemungkinan banyak penggemar dari suatu *fandom* terlibat dalam jalannya *fanwar* tersebut, di mana semakin parahnya suatu *fanwar* maka keterlibatan atau peran serta penggemar K-Pop juga semakin besar dan semakin banyak. Dengan besarnya skala suatu *fanwar* yang terjadi, penggemar K-Pop, baik dari *fandom* yang terlibat dalam *fanwar* maupun penggemar secara umum, akan mengetahui adanya *fanwar* tersebut dan terus mengikuti dan mengamati (*meng-update*) jalannya *fanwar* tersebut. Rasa keingintahuan atau *kepo* yang tinggi memotivasi penggemar K-Pop untuk terus mengikuti atau *meng-update* perkembangan *fanwar*, mencermati *fanwar* serta terlibat dengan *fanwar*, secara langsung maupun tidak langsung. Dari rasa keingintahuan yang tinggi tersebut, penggemar K-Pop akan mencari tahu dengan menggunakan fitur-fitur di Twitter dan menanyakan kepada teman-teman di Twitternya mengenai apa, mengapa, bagaimana, siapa, kapan, dan dimana (5W + 1H) *fanwar* berlangsung, seperti awal mula *fanwar*, siapa yang memicu dan terlibat dalam *fanwar*, alasan dan penyebab *fanwar* terjadi, serta kapan *fanwar* tersebut dimulai. Berikut beberapa pernyataan dari informan yang memperjelas pernyataan tersebut, antara lain:

“Motivasi aku sejujurnya adalah rasa keingintahuan pribadi atau kepo. Seperti rasa ingin tahu sejauh mana sih mereka bisa

menjatuhkan fandom dan idola lain, dan apa yang membuat mereka berani menyulut api antara fandom mereka sendiri dengan fandom lain, apa yang membuat mereka memicu fanwar, apa yang membuat mereka ke-trigger. Hal-hal tersebut datang dari motivasi aku pribadi” – Informan I.

“Sejujurnya aku dan teman-teman mutual yang tidak pernah ikut fanwar, biasanya mengikuti fanwars karena hanya ingin melihat seberapa tidak masuk akal argumen yang mereka bawa. Sebab terkadang lucu melihat orang membela idol sampai seperti itu sampai mereka tidak sadar jika pendapat atau argumen mereka yang mereka bawa tidak bermutu sama sekali. Kemudian aku juga membicarakan dengan teman-teman, kira-kira apa yang membuat mereka membawa isu ini sampai menjadi fanwar.” – Informan III.

“Rasa kepo sebagai fans baik ketika fandom sendiri terlibat maupun tidak terlibat dalam fanwar tersebut. Rasa kepo itu membuat aku mencari tahu awal mula fanwar, siapa yang memprovokasi terlebih dahulu, bagaimana fanwar bisa terjadi, apa saja isu yang dibahas, dan fandom apa yang terlibat, dari situ biasanya terlarut/terbawa dengan suasana dari fanwar itu sendiri dan alhasil akan muncul keinginan untuk terus update mengenai fanwar yang sedang berlangsung.” – Informan VI.

Walaupun begitu, penggemar K-Pop dapat membatasi dan seringkali menahan dirinya untuk tidak terlibat dengan *fanwar* ketika argument atau isu yang dibahas tidak penting atau *fanwar* belum besar. Mereka memilih untuk memantau terlebih dahulu sejauh mana *fanwar* berlangsung dan menggali informasi mengenai *fanwar* itu sendiri, kemudian mereka akan turut memberi *like* dan *retweet* untuk *tweet*

positif yang mendukung atau membela idola/*bias* mereka. Tidak hanya itu, jika penggemar K-Pop yang tergabung dalam *fandom* yang terlibat dalam suatu *fanwar* menemukan akun yang berusaha untuk memancing *fanwar* dan menyebarkan komentar kebencian atau konten sensitive, mereka tidak akan segan untuk *me-report* dan *block* akun tersebut ramai-ramai. Jika *fanwar* sudah berlangsung lama dan tidak ada jalan keluar atau pemecahan masalah, mereka memilih untuk mendinginkan suasana di *timeline* dengan membuat konten lucu dari foto atau video idola mereka, menetralkan suasana, dan membuat suasana lebih tenang dan santai. Namun, tidak jarang juga mereka terlibat secara langsung dengan memberikan argument atau pembelaan terhadap idolanya ketika dibutuhkan dan masalah dalam *fanwar* sudah meluas.

3.3.2. Konsumsi Informasi

Penggemar K-Pop, khususnya generasi ke-4 yang tergabung dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA maupun penggemar K-Pop secara umum tidak lazim dengan kata '*fanwar*' dengan konteks yang negative di mana mereka beranggapan bahwa *fanwar* merupakan budaya yang tidak baik di dalam kelompok penggemar K-Pop karena *fanwar* dapat mempengaruhi mental penggemar serta citra dari *fandom* dan idola mereka sendiri. Berikut pernyataan dari keenam informan dalam menjabarkan informasi atau pengetahuan mereka terhadap *fanwar* antar penggemar K-Pop secara khusus *fandom* STAY, ATINY, dan MOA di media sosial Twitter, yaitu:

"Fanwars yang aku ketahui antara fandom STAY, ATINY, dan MOA cukup banyak. Namun, yang paling aku ingat dan berkesan atau membekas secara pribadi, lebih kpadae fanwars yang akarnya dari "who is the best of the best" (siapa yang terbaik antara idola kita), kemudian ada toxic fans dari fandom lain yang secara sengaja menyulut emosi." – Informan I.

“Fanwar diantara STAY, ATINY, dan MOA biasanya disebabkan karena beberapa faktor. Melihat idola mereka yaitu Stray Kidz, ATEEZ, dan TXT berasal dari generasi K-Pop yang sama yaitu generasi 4 membuat persaingan di antara ketiganya sulit dihindari. Mulai dari persaingan di Music Chart jika mereka merilis album baru, maupun persaingan di Award, dimana ketiga boyband ini sering dinominasikan secara bersamaan. Di kesempatan lain pun Stray Kidz dan ATEEZ pernah berada di salah satu acara kompetisi boyband yaitu “Kingdom”, walaupun pada akhirnya dimenangkan oleh Stray Kidz, fans ATEEZ pun juga beberapa ada yang tidak terima dengan kemenangan Stray Kidz, begitupun sebaliknya. Saat ATEEZ menang di beberapa misi, banyak fans Stray Kidz yang menganggap bahwa ATEEZ melakukan kecurangan.” – Informan II.

“Dari yang pernah ditemui dan dijelaskan sebelumnya yaitu fanwar antara MOA dan Engene, salah satu penyebabnya karena ada fans-fans grup “senior” di fandom grup junior yang satu agensi yang menyebabkan jadi rawan fanwars, di mana terkadang memunculkan rasa ketidakadilan dan mistreatment di salah satu fandom ketika ada grup yang diberi konten lebih banyak atau lebih bagus dibandingkan dengan grup yang lainnya yang berada di agensi yang sama. Selain itu, fandom generasi ke-4 di dalam Kpop itu kebanyakamayoritasn didominasi oleh penggemar yang masih berusia SMP-SMA atau generasi Z, memang tidak semua dan banyak juga penggemar yang sudah kuliah, kerja, atau bahkan berkeluarga. Ditambah era yang semakin maju, teknologi digital dimana-mana, sehingga memudahkan para penggemar generasi ke-4 terlibat dalam fanwars. Persaingan yang ketat juga jadi salah satu alasan

kenapa ketiga fandom tersebut sering melakukan fanwar, sebut saja kemenangan di acara musik atau award show pasti ujung-ujungnya akan ada yang memicu fanwar karena tidak terima idol lain menang. Selain itu adapula salah satu perbedaan yang sangat terasa antara generasi ke-4 dan generasi sebelum-sebelumnya adalah penggemar sekarang jauh lebih fokus kepada achievement idolnya, seperti streaming, voting, dan lainnya, di mana bisa sampai guilt tripping, gaslighting kepada sesama penggemar jika ketahuan tidak melakukan streaming dan voting. Sedangkan untuk generasi awal-awal sampai generasi ke-3, penggemar Kpop itu lebih fokus ke senang-senang “bucin” dengan idolnya, menjadikan Kpop sebagai hiburan semata.” – Informan III.

“Dari yang aku ketahui antara tiga fandom tersebut paling antara ATINY dan STAY, karena yang memang sering sekali akhir-akhir kedapatan terlibat fanwar dua fandom tersebut. Dimulai semenjak ATEEZ dan Stray Kids ikut acara survival kompetisi Kingdom, dimana 6 boy group bersaing satu sama lain (BTOB, iKON, SF9, The Boyz, Stray Kids, dan ATEEZ) yang diselenggarakan dan disiarkan oleh Mnet, berawal dari itu hampir keenam fandom sering senggol-menyenggol, tapi yang paling sering terjadi fanwar antara STAY dan ATINY. Alasannya sangat sederhana, kedua fandom sama-sama ingin idolanya ada di peringkat atas dan menang, serta tidak menerima kekalahan atau low score. Kalau antara ATINY dan MOA atau STAY dan MOA, jarang melihat fanwar muncul di timeline, paling dulu sekali ketika mereka sama-sama baru debut dan bersaing untuk gelar Rookie of the Year oleh penyelenggara acara penghargaan.” – Informan IV.

“Sejauh aktif dalam Twitter as a STAY, fanwar antara STAY, ATINY, dan MOA memang menjadi salah satu fanwar yang sangat sering terjadi di generasi 4 ini, apalagi mereka sedang naik daun sehingga persaingan antara ketiga group sangat ketat, boleh diakui. Fanwar sendiri memang sudah sering terjadi dari dulu di mana dalam generasi pertama fans H.O.T dengan Sechs Kiss, generasi kedua fans Super Junior dan Big Bang serta SNSD dan 2NE1, generasi ketiga fans BTS dan EXO, Twice dan Blackpink atau Red Velvet, sehingga fanwar merupakan hal yang lumrah di kalangan fans K-Pop. Walaupun begitu, intensitas fanwar sekarang-sekarang ini di mana generasi K-Pop yang sudah masuk ke generasi ke-4 semakin tinggi dengan core problem yang menurut pribadi simple dan useless kalau dibawa sebagai argumen untuk fanwar. Contohnya, gelar Rookie of the Year dalam acara akhir tahun 2019 menimbulkan fanwar yang cukup serius antara MOA dan ATINY dimana masing-masing fandom berpendapat bahwa idolnya lah yang pantas untuk mendapatkan gelar tersebut. Selain itu, STAY dan ATINY yang akhir-akhir ini juga seringkali terlibat fanwar sejak keduanya mengikuti acara “Kingdom” di mana masing-masing fandom ingin idolnya nomor satu dan menjatuhkan idol dari fandom lain.” – Informan V.

“Fanwar antara STAY, ATINY, dan MOA memang sangat sering terjadi khususnya di media sosial Twitter, karena ketiga grup tersebut (Stray Kids, ATEEZ, dan TXT) sama-sama memiliki penggemar dengan jumlah yang banyak secara khusus penggemar internasional, sama-sama memiliki konsep dan jalan cerita yang unik, memiliki talent dan visual yang sangat baik, serta usaha dan passion mereka ketika berada di atas panggung dan mengerjakan sesuatu pun sangat besar dan terlihat. Hal

tersebut menjadikan ketiga grup tersebut berada di persaingan yang ketat di dalam generasi ke-4 ini dan memudahkan masing-masing penggemar untuk mencari celah untuk mengunggulkan idolanya dengan membandingkan atau merendahkan idola lainnya. Sebenarnya, fanwar merupakan hal yang sangat lumrah di kalangan penggemar Kpop dari generasi pertama sampai sekarang, hanya saja semakin kesini semakin banyak fanwar yang muncul karena alasan yang sepele.” – Informan VI.

Mereka berpendapat bahwa *fanwar* merupakan hal yang lumrah dan umum di kalangan penggemar K-Pop di mana *fanwar* sudah terjadi dari generasi pertama sampai generasi keempat, walaupun intensitas dan skala *fanwar* yang terjadi dari waktu ke waktu akan terus memperbesar dan meningkat melihat juga perkembangan teknologi yang dengan cepat terus berkembang pesat. Mereka menambahkan bahwa *fanwar* dimulai atau disebabkan karena adanya rasa iri atau cemburu terhadap kesuksesan atau talenta dari idola lain sehingga mereka memutuskan untuk menyebar kebencian dan menulis *tweet* yang provokatif. Adanya rasa egois dan rasa selalu ingin menang yang tinggi dari penggemar terhadap idolanya yang membuat idola mereka selalu harus menjadi yang pertama dan terbaik kemudian membandingkan idola mereka dengan idola dari *fandom* lain juga menjadi salah satu hal yang mudah untuk dijadikan penyebab *fanwar* antara *fandom* yang terjadi di Twitter. Tidak hanya itu, mereka juga berpendapat bahwa ada oknum-oknum yang sekedar mencari masalah atau ‘iseng’ ingin memulai suatu *fanwar*, dikarenakan mereka merasa bosan atau *timelinenya* sepi dan tidak ada interaksi.

Fanwars dapat terjadi di media atau platform manapun, namun menurut para informan, *fanwars* paling sering dijumpai di media sosial Twitter, kemudian diikuti dengan Instagram dan Twitter. Mereka berpendapat bahwa Twitter merupakan platform untuk orang

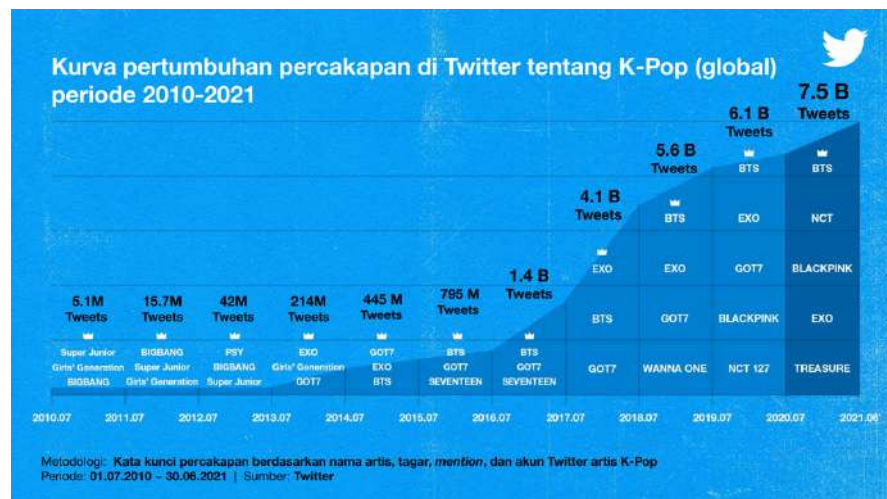
menyampaikan pendapat mereka melalui tulisan, dibandingkan dengan Instagram dan TikTok yang fokus ke media gambar dan video. Informasi yang ada di Twitter pun lebih cepat didapat secara *real time* daripada di Instagram atau TikTok. Selain itu, Twitter memiliki lebih banyak *fanbase* dibanding di media sosial lainnya, yang membuat informasi dan *update* mengenai idola mereka lebih cepat didapat dan ditemukan. Seperti dalam pernyataan beberapa informan sebagai berikut:

“Tentu saja Twitter. Karena menurut aku pribadi Twitter merupakan media yang paling update dalam hal-hal mengenai informasi K-Pop, contohnya untuk konten-konten baru akan di publish atau di promosikan pertama kali di Twitter, jadi itulah kebesarannya K-Pop di Twitter.” – Informan I.

“Based on my experience dan opinion, pertama, Twitter merupakan platform bagi orang-orang untuk menyampaikan pendapat mereka melalui tulisan, dibandingkan tujuan utama dari Instagram yang fokus dalam media gambar dan video. Kedua, informasi lebih cepat didapat secara real time di Twitter daripada di Instagram, sebagai contoh kalau di KPop berita atau tweet seperti “OP bertemu idol A di cafe X 5 menit yang lalu, heol dia sangat tampan” yang rata-rata di update terlebih dulu oleh penggemar di Twitter kemudian di Instagram. Ketiga, Twitter memiliki lebih banyak fanbase yang dioperasikan khusus oleh admin penggemar di salah satu fandom untuk update atau memberikan segala informasi dibanding dengan Instagram. Untuk tambahan, kalau di Twitter lebih banyak fangirl daripada di Instagram yang otomatis akan lebih kelihatan ketika terjadi fanwars.” – Informan III.

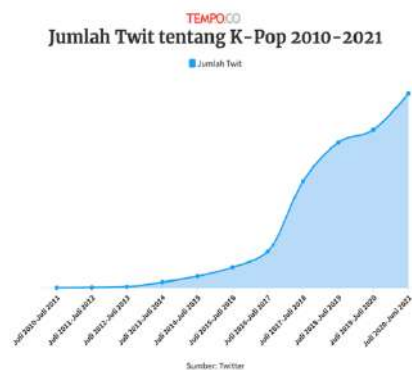
“Sebenarnya tidak menutup kemungkinan fanwars terjadi di media sosial lain seperti Instagram, TikTok, dan platform lainnya, tapi karena Twitter menjadi platform paling utama dan nomor satu yang digunakan oleh para Kpopers di mana mereka mendapat informasi paling pertama dari Twitter, jadi kalau ada fanwars pasti dimulai dan paling besar dari Twitter. Ditambah informasi-informasi mudah tersebar dengan cepat dan akhirnya trending di Twitter, mungkin itu salah satu kenapa fanwars di Twitter pasti ramai.” – Informan VI.

Peneliti juga menemukan data atau informasi tambahan yang menunjukkan bahwa media sosial Twitter merupakan platform yang sering digunakan oleh penggemar K-Pop dalam berinteraksi dan melakukan aktivitasnya sebagai penggemar dalam mendukung dan menikmati konten dari idolanya begitupula dengan melakukan *fanwar*, sebagai berikut:



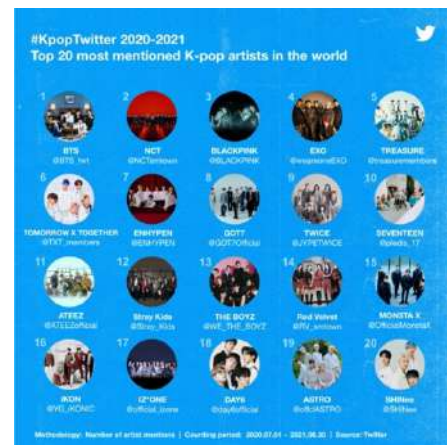
Gambar 3.25

Sumber: https://blog.twitter.com/in_id/topics/insights/2021/kpop-kembali-cetak-rekor-dengan-7-5-milyar-tweet



Gambar 3.26

Sumber: <https://data.tempo.co/data/1174/ada-75-miliar-tweet-k-pop-pada-juli-2020-juni-2021-terbanyak-dari-indonesia>



Gambar 2.27

Sumber: <https://www.rappler.com/entertainment/music/most-mentioned-k-pop-artists-twitter-2020-2021/>

Melihat dari data tambahan diatas yang didapat peneliti, percakapan atau pembahasan mengenai K-Pop di media sosial Twitter dari tahun 2010 terus meningkat secara perlahan dan kemudian meningkat drastis 2018, di mana mulai banyaknya grup-grup dari generasi ke-4 bermunculan melakukan debutnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa banyak penggemar yang menggunakan Twitter untuk melakukan aktivitas menikmati dan mendukung idolanya, termasuk dalam melakukan *fanwar* dengan *fandom* lain. Selain itu, peningkatan grafik diatas juga menunjukkan bahwa penggemar K-Pop yang menggunakan Twitter terus berkembang dan bertambah jumlahnya dari tahun ke tahun, secara khusus penggemar K-Pop generasi ke-4 yang termasuk dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA, dilihat dari data diatas bahwa ketiga grup idola mereka, yaitu Stray Kids, ATEEZ, dan TXT memasuki peringkat artis yang paling sering di *mention* di media sosial Twitter.

Fanwar merupakan hal yang wajar atau lumrah di kalangan penggemar K-Pop, secara khusus di dalam penggemar K-Pop generasi ke-4. Interaksi yang dilakukan oleh kelompok penggemar K-Pop generasi ke-4, khususnya *fandom* STAY, ATINY, dan MOA ketika

menyaksikan, terlibat, dan memicu *fanwar* memiliki ciri khas yang sama untuk setiap *fandomnya*, di mana mereka dipicu oleh ego penggemar yang tinggi dan memiliki kebanggaan sendiri ketika idolanya diakui oleh penggemar lain atau orang secara umum. Komunikasi antar sesama penggemar di dalam *fandom* ketika terjadi *fanwar* pun berjalan secara dua arah, di mana mereka saling mengingatkan satu sama lain untuk tidak terlibat lebih jauh yang akhirnya dapat memicu *fanwar* menjadi lebih besar. *Fanbase* dan akun penggemar atau *fan account* sama-sama memiliki peran penting dalam menanggapi *fanwar*, hanya saja *fan account* lebih vokal dan interaktif dibanding *fanbase* yang hanya bertugas untuk meng-*update* informasi mengenai idola/grup yang disukai saja. Tidak hanya itu, penggemar yang hanya memberi *like* dan *retweet* pun memiliki peran yang sama pentingnya dengan penggemar yang aktif dalam menyuarakan pendapatnya dalam *fanwar*, karena dengan banyaknya *like* dan *retweet*, *fanwar* akan lebih cepat tersebar yang diketahui oleh penggemar atau orang lain. Dalam suatu *fandom*, komunikasi yang terbentuk pun memiliki jaringan yang terbuka di mana setiap penggemar dapat bersuara dan berinteraksi satu sama lain secara terbuka dan bebas serta memiliki posisi yang rata atau sama. Walaupun begitu, *fan account* besar yang memiliki jumlah *followers* banyak dan *fanbase* yang akan memegang kendali atau menjadi orang penting dalam berjalannya suatu aktivitas atau kegiatan penggemar di Twitter. Berikut merupakan kutipan dari wawancara mendalam yang dapat mewakili akhir pada bab 3:

“Fanwar tidak akan hilang, apapun cara menghentikannya fanwar pasti akan selalu ada selama persaingan antara idola Kpop masih kuat dan penggemarnya pun terus bertumbuh dan berkembang. Hanya saja, kedewasaan dan keterbukaan pikiran masing-masing penggemar disini yang harus menjadi perhatian, bahwa tidak selamanya idola penggemar harus selalu menjadi

nomor satu, kerja keras dan usaha masing-masing idola kalian itu sama, tidak ada yang instan, Jadi, penekanan dalam hal ini, dapat dicoba untuk berusaha menerima apapun hasilnya tanpa perlu merendahkan orang lain, bersikap dewasa, dan menghargai satu sama lain.”

Temuan penelitian yang sudah dijabarkan dalam bab ini merepresentasikan pengetahuan dan peran serta kelompok penggemar K-Pop secara umum dalam menanggapi dan memicu *fanwar*, serta interaksi dan arah maupun jaringan komunikasi kelompok penggemar K-Pop secara umum maupun generasi ke-4 khususnya *fandom* STAY, ATINY, dan MOA dalam menanggapi dan memicu *fanwar* di Twitter. Secara umum, *fandom* STAY, ATINY, dan MOA yang diwakilkan oleh para informan dan observasi online melalui media sosial Twitter, menyatakan diri mereka sebagai penggemar yang memilih untuk melihat dan memantau sejauh mana *fanwar* berlangsung, dan dapat menentukan sendiri apakah dibutuhkan bagi mereka untuk terlibat ataupun tidak terlibat dalam *fanwar* yang sedang berlangsung, melihat keadaan atau situasi dari *fanwar* itu sendiri, dampak dari *fanwar* bagi *fandom* mereka maupun penggemar K-Pop secara umum dan pengguna Twitter lain, serta peran dan tanggapan dari masing-masing penggemar, baik di dalam *fandom* sendiri maupun penggemar dari *fandom* yang bersangkutan.