

1. Tipe Penelitian	40
2. Dasar Penelitian	41
D. Teknik Penentuan Informan.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
1. Data Primer	43
2. Data Sekunder	45
F. Teknik Analisi Data	45
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	47
A. Refleksi Mengenai BTS dan Fandom atau Komunitas Penggemarnya ..	47
B. Sosial Media oleh <i>Army</i>	65
C. <i>Army</i> Makassar.....	67
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
A. Identitas Informan	69
B. Hasil Penelitian	72
1. Interaksi dan Konflik yang terjadi di antara Penggemar di Media Sosial Twitter	72
2. Fungsionalisme <i>Fanwar</i> pada <i>Tweet Replay</i> di <i>Twitter</i> terhadap Internal Kelompok <i>Army</i> Makassar	76
BAB VI PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	33
Tabel 2. Daftar album yang telah dirilis oleh BTS	48
Tabel 3. Data Informan	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan oleh Army	09
Gambar 2. <i>Twitter K-Pop 2020</i>	09
Gambar 3. <i>Twitter K-Pop 2020</i>	09
Gambar 4. Skema Kerangka Konseptual	32
Gambar 5. <i>Where Is Army From?</i>	59
Gambar 6. <i>When Did They Become an Army?</i>	60
Gambar 7. <i>Army Age Demographic</i>	61
Gambar 8. <i>Gender Demographics</i>	61
Gambar 9. <i>Army Parents</i>	62
Gambar 10. <i>Army Education Level</i>	63
Gambar 11. <i>Army Employment Status</i>	64
Gambar 12. <i>Top Industries of Employment</i>	64
Gambar 13. <i>Top Social Media Used by Army</i>	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	101
Lampiran 2. Dokumentasi	
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian.....	
Lampiran 4. Daftar Riwayat Hidup.....	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada masa kini semakin mendorong saling ketergantungan (interdependensi) aktivitas ekonomi dan budaya secara global. Salah satu dampak nyata globalisasi terhadap budaya yaitu munculnya budaya populer disetiap bagian dari seluruh dunia seperti Westernisasi. Budaya luar yang berasal dari negara maju tersebut hadir sebagai trend budaya yang populer dikalangan masyarakat. Trend budaya populer secara tidak sadar diterima dan diadopsi dalam masyarakat luas. Diserap secara masif oleh khalayak ramai serta menjadi konsumsi secara terus menerus hingga membentuk imperialisme kebudayaan sebagai konsekuensi dari informasi yang begitu cepat merambah kesetiap lapisan masyarakat karena kehadiran media global. Menurut Stzompka (2004) dalam bukunya, masyarakat lokal secara perlahan kehilangan otonomi budayanya karena dominasi budaya luar. Dilain sisi beberapa pandangan melihat konsekuensi globalisasi tersebut sebagai media untuk memerangi barbarisme dan menumpas institusi primitif.

Dalam periode belakangan ini unifikasi dan homogenisasi kultur pada skala global awalnya ditampilkan melalui media massa seperti televisi, kemudian berkembang melalui media sosial seperti facebook, *twitter*, instagram, tiktok,

serta beberapa aplikasi OTT lainnya seperti messenger, line, kakao talk dan whatsapp. Imperialisme media massa makin lama makin mengubah dunia menjadi dusun global dimana lingkup pengalaman kultural dan produk yang pada dasarnya sama, barang barang yang dipamerkan, diperjual belikan hingga yang berjejer di jalanan adalah merk dagangan yang sama. Sehingga Ulf Hannerz (1987) mendefinisikan kawasan interaksi, interpretasi atau bagaimana masyarakat memahami budaya dan pertukarannya secara terus-menerus sebagai *ecumene culture* dalam karya Sztompka (2004). Perkembangan *ecumene* yang dicapai pada masa kini benar-benar berdimensi global. Budaya tradisional hanya bisa dipahami dan disalurkan hanya dalam batas komunitas, terpaku pada ruang dan waktu tertentu, diciptakan hanya melalui interaksi langsung tatap muka, sedangkan budaya modern melintasi jarak ruang dan waktu, melalui teknologi komunikasi dan transportasi tanpa terikat pada ruang dan waktu.

Meskipun pada dasarnya budaya populer berupa hiburan yang dituangkan melalui film dan musik adalah penemuan Barat, Korea Selatan telah memberikan tikungan besar kepada media ini dengan memadukan karakteristik dan ciri khas mereka dengan berinovasi. Munculnya fenomena baru pada era globalisasi ini dikenal sebagai *Korean wave (Hallyu)* yang kemudian menggeser budaya Westernisasi yang selama ini telah mendominasi di seluruh dunia. *Hallyu* atau *Korean wave* adalah suatu istilah untuk budaya populer Korea yang kian mengglobal. Seperti halnya penyebaran budaya Westernisasi, proses penyebaran *Hallyu* dilakukan melalui trend budaya populer yang meliputi kesadaran global

akan berbagai aspek kebudayaan Korea Selatan seperti Film dan Televisi (Drama dan Variety Show), K-Pop, Manhwa (Komik dan Webtoon), Bahasa Korea, serta perhatian akan produk Korea Selatan seperti makanan korea, barang elektronik, dan *fashion*.

Di Indonesia sendiri, penyebaran *Korean wave* dimulai sejak tahun 2002 setelah piala dunia yang memilih Korea Selatan dan Jepang sebagai tuan rumah untuk pertama kalinya di Asia. Pada masa itu timnas dari negeri ginseng tersebut mampu mencatat rekor terbaik dengan melenggang hingga semi final dengan menekuk dua nama besar, Spanyol dan Italia. Momen yang diselenggarakan oleh FIFA tersebut disiarkan melalui siaran televisi nasional Indonesia dan secara tidak langsung membuka pintu terhadap *Korean wave* berupa drama seri atau drama Korea dalam jurnal ilmiah Putri, Liany, Nuraeni (2020). Trans TV menjadi stasiun televisi pertama yang menayangkan drama Korea berjudul *Mother's Sea* pada 26 Maret 2002. Lalu menyusul Indosiar dengan *Endless Love* pada 1 Juli 2002 dan memperoleh rating 11 persen sejak awal ditayangkan.

Mengikuti trend drakor (Drama Korea) yang semakin diterima publik Indonesia dari masa ke masa, trend K-Pop singkatan dari Korean Pop akhirnya ikut melebarkan sayap dalam industri hiburan internasional termasuk Indonesia, menjadi gebrakan besar dalam perkembangan gelombang Korea. Seringkali jika menyinggung *Korean wave* maka hal umum yang diketahui orang pada umumnya adalah K-Pop itu sendiri. K-Pop merupakan budaya populer yang tidak hanya dikenal sebagai suatu jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan, tetapi

juga dikenal sebagai jenis musik yang menghargai musik pop berkualitas tinggi dengan patina visual yang sangat menarik. Tidak hanya menyoyal kemilau profesional video musiknya tetapi juga estetika nyaris tak tercela dari para bintangnya. Selain itu lagu yang lengkap dengan koreografi tarian yang terkenal rapih dan sinkron menjadi aspek nilai jual grup atau *boy band* dan *girl band* dari Korea selatan tersebut. Hal ini dikarenakan tujuan dari *K-Pop* juga sebagai invasi budaya, sehingga tak heran jika agensi-agensi hiburan Korea beberapa kali melakukan audisi secara global seperti di Amerika, Australia, Kanada, Jepang, Cina dan beberapa negara Asia lainnya untuk memperluas perhatian dunia terhadap musik khas dari Korea Selatan tersebut.

Sejarah lahirnya musik pop yang berasal dari Korea Selatan tersebut diawali dengan munculnya genre musik baru yang disebut *changga* pada tahun 1885-an. Jenis musik dari alunan alat musik instrumenatal modern seperti gitar, drum, flute adalah musik adaptasi pop Barat dengan lirik bahasa Korea. Musik pop korea tersebut awalnya terbagi kedalam oldies, rock dan terakhir trot yang merupakan musik akulturasi dari musik tradisional Korea dan musik kerohanian.

Tahun 1992 menandakan awal mula musik pop modern di Korea dengan debutnya grup *Seo Taiji and Boys* yang menunjukkan warna baru dengan aliran musik rap, rock dan techno Amerika. Suksesnya *Seo Taiji and Boys* menyita perhatian publik, membuat industri hiburan Korea kedatangan grup musik lain yakni Panic dan Deux hingga grup musik dan musisi berkualitas lainnya hingga sekarang. Kemudian muncul beberapa grup *teen idol* atau grup idola dengan

anggota dari generasi muda yang sangat digilai seperti CLON, H.O.T, Sechs Kies, S.E.S, Fin.K.L, g.o.d hingga Shinhwa. Kemudian tahun 2000 menjadi tahun munculnya K-Pop Idol generasi kedua dengan debutnya beberapa grup seperti TVXQ, Bigbang, 2NE1, Super Junior, Kara, SNSD (Girls Generation), Wonder Girls, Miss A, 2PM dan diikuti oleh generasi ketiga dan keempat hingga sekarang (Wikipedia, 2021).

Beberapa grup yang dikenal oleh generasi milenial atau generasi masa kini adalah generasi ketiga yakni grup yang debut dari tahun 2013-2017 dan generasi keempat yang debut pada tahun 2018 hingga saat ini, baik itu dari kalangan penggemar dan non-penggemar mereka akan lebih mengenal grup idola dari generasi ini (Kusnario, 2020). Beberapa diantara grup generasi ketiga yaitu EXO, Blackpink, Twice, G-Friend, Seventeen, Wannaone serta BTS yang mampu menembus pasar Amerika dengan menjadi artis Asia pertama yang mampu menduduki tangga *Billboard HOT 100* selama dua minggu berturut-turut melalui lagu *Duynamite*. Sedangkan generasi keempat yakni Stray Kids, (G)I-dle, Ateez, Tommorrow by Together, Stayc, Enhypen, Treasure, Aespa dan sebagainya

BTS (Hangul: 방탄소년단; RR: *Bangtan Sonyeondan*), juga dikenal sebagai *Bangtan Boys*, adalah salah satu *boyband* beranggotakan tujuh orang asal Korea Selatan yang dibentuk oleh *Bighit Entertainment*. Nama tersebut kemudian berakronim menjadi *Beyond the Scene* pada bulan Juli 2017. Mereka merilis lagu debut "*No More Dream*" dari album pertama mereka "*2 Cool 4 Skool*" pada

tanggal 12 Juni 2013 melalui platform youtube. *Bighit Entertainment* kemudian berubah menjadi *Bighit Music* setelah menjadi label besar dengan membawahi beberapa agensi musik dengan berganti nama menjadi *Hybe Labels* yang dipublikasikan secara resmi pada tanggal 19 Maret 2021 melalui *Brand Presentation* agensi yang disiarkan secara langsung. BTS secara resmi debut pada tanggal 13 juni 2013 dengan membawakan lagu utama mereka secara langsung pada acara musik di korea. Grup dari label rekaman yang dikenal sebagai *Bighit Music* terdiri dari tujuh anggota yaitu RM (Kim Nam Joon) sebagai ketua dan Jin (Kim Seok Jin), Suga (Min Yoon Gi), J-Hope (Jung Ho Seok), Jimin (Park Ji Min), V (Kim Tae Hyung), Jungkook (Jeon Jung Kook) sebagai anggota.

Pada awal debutnya, BTS mendapatkankan penghargaan “*New Artist*” mulai dari *Melon Music Awards*, *Golden Disc Awards* dan *Seoul Music Awards*. Beberapa penghargaan pun mereka peroleh di kanca international seperti, memenangkan Top Social Artist pada *Billboard Music Awards* selama 5 tahun berturut sejak tahun 2017 yang menjadikan mereka sebagai artis Asia pertama yang memenangkan penghargaan tersebut. Selain itu pada acara penghargaan musik tahunan Amerika tersebut, mereka mendapatkan 4 penghargaan sekaligus di tahun ini, menjadi artis asia pertama yang di nominasiakan pada acara *Grammy Awards*. Total penghargaan yang mereka dapatkan hingga hari ini tanggal 29 Juli 2021 sebanyak 435 penghargaan internasional, dan 149 penghargaan dari acara musik Korea (Wikipedia, 2021).

Kekuatan penggemar adalah salah satu yang berperan besar atas kesuksesan yang dicapai oleh sang idola. Penggemar K-Pop sendiri atau lebih dikenal sebagai Kpopers (*Kpop Lovers*) adalah suatu konsep kekaguman terhadap sang idola. McCudden (2011) melihat bahwa mengumpulkan barang-barang yang berkaitan dengan idola adalah salah satu dari aktivitas penggemar. Mereka tidak hanya mencintai musiknya, tetapi juga mengoleksi album, *merchandise*, bahkan pakaian maupun hal yang dikonsumsi oleh sang idola meski mengabaikan fungsi dari barang yang mereka beli atau konsumsi karena bertolak pada nilai tanda yang melekat pada barang-barang tersebut (Dewi dan Rinata, 2019).

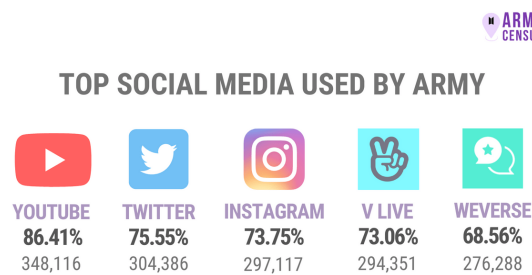
Relasi dan koneksi antara idola dan penggemar kemudian diperkuat melalui *fandom*. Ketika sang idola berhasil maka penggemar akan merasa berhasil pula, ketika idola mereka berhasil menjadi idol terbaik maka mereka akan merasa menjadi *fandom* terbaik. *Fandom* adalah sebuah kelompok dengan anggota yang ditandai oleh perasaan empati dan minat yang sama untuk memperjelas identitas penggemar dari grup band atau idol Kpop tertentu, oleh karena itu setiap grup idola K-Pop memiliki kelompok penggemar (*fandom*) dengan nama yang berbeda. Nama sebuah *fandom* biasanya menjadi identitas para penggemar, sebagai bentuk deklarasi penggemar kepada grup mana ia memberikan dukungan dan siapa yang mereka sukai. Setiap *fandom* memiliki nama dan ciri khas masing-masing, biasanya nama *fandom* merupakan nama yang memiliki makna yang selaras dengan nama grup idola yang mereka sukai atau memiliki makna yang berkaitan dengan grup sang idola.

Seperti halnya kelompok penggemar atau *fandom* BTS yang dikenal sebagai Army. Diambil dari akronim *Adorable Representative M.C for Youth*, Army resmi dibentuk pada tanggal 9 Juli 2013. Jika dikaitkan dengan militer Army berarti tentara, selaras dengan BTS yang berarti *Bangtan Sonyeondan* atau baju anti peluru. Sehingga BTS memiliki makna simbolik sebagai pelindung bagi para penggemar mereka ataupun sebaliknya, sehingga BTS dan Army adalah analogi dari tentara dan sarung anti peluru yang merupakan suatu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan untuk menjadi pasukan yang kuat. Tidak hanya nama, dari segi logo penggemar (Army) dan sang idola (BTS) sendiri diekspresikan melalui sisi dua pintu. Logo (simbol) Army diekspresikan sebagai pintu di sudut pandang mereka yang menunggu dan menyambut BTS dari sudut sebaliknya ketika membuka pintu baru.

Pada era digital dengan perkembangan dunia maya yang begitu pesat ini relasi kelompok penggemar (*fandom*) dan idola terikat secara intens, diperkuat oleh kecanggihan teknologi yang menopang aktivitas fandom secara virtual. Media Sosial menciptakan relasi tak terbatas antara Army sebagai kelompok penggemar dan BTS sebagai idola. Tidak hanya sebagai wadah untuk manajemen fandom, tetapi juga sebagai ruang untuk berbagi aktivitas sehari-hari sebagai bentuk partisipasi aktif penggemar terhadap kehadiran media untuk berekspresi dan bersosialisasi terhadap idola dan sesama penggemar. Berdasarkan survey skala global yang dilakukan Army pada tahun 2020 berikut, media sosial paling banyak digunakan oleh penggemar BTS (Army) adalah *twitter* setelah

youtube (Gambar 1). BTS sendiri adalah grup K-Pop yang paling banyak disebut di *twitter* dan Indonesia sebagai negara nomor satu dengan tweet tentang K-Pop sepanjang tahun 2020 (Gambar 2 dan 3).

Gambar 1. Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan Army



Sumber: Army Census Tahun 2020

Gambar 2 dan 3 Twitter K-Pop 2020



Sumber: twitter: Yeonjeong Kim (Head of Global K-Pop Partnership) Tahun 2020.

Budaya membandingkan (*social compare*) secara alami terbangun antar *fandom*, sebab kesuksesan sang idola dapat kita lihat dari besar dan loyalitas penggemar. Sedikit berbeda dengan penggemar dari selebritas tanah air atau selebritas luar lainnya, penggemar dari grup-grup idola dari negeri ginseng tersebut terkenal dengan tingkat loyalitasnya yang tinggi, mereka terkenal massif dalam segala hal yang berhubungan dan dapat menunjang kesuksesan dari sang idola baik secara fisik seperti pembelian album, *lightstick*, dan *merchandise* lainnya, maupun secara virtual seperti mengumpulkan poling (*vote*), *views youtube*, *album/single chart*, dan sebagainya. Sehingga mereka cenderung membandingkan pencapaian *fandom* mereka dengan *fandom* lain, serta relasi dominan yang terjadi diantara kelompok penggemar menyebabkan terjadinya dinamika antar kelompok.

Beberapa *fandom* besar sering terlibat konflik dengan beberapa *fandom* yang tergolong kecil dan minim anggota, masalah diantara mereka biasanya disebabkan perasaan resah *fandom* kecil terhadap *fandom* yang lebih besar karena lebih mendominasi kalangan penggemar K-Pop, atau sebaliknya *fandom* yang lebih besar merasa kecewa karena diserang secara beramai-ramai oleh *fandom* kecil yang membentuk aliansi. Konflik antar *fandom* ini dikenal sebagai *fanwar* kalangan penggemar musik dari Korea Selatan tersebut. Sehingga penggemar tidak lagi menggunakan sosial media hanya sebagai penghubung dengan idola dan sesama penggemar, tetapi juga sebagai sarana *fanwar*. Media

sosial bukan hanya tempat untuk sosialisasi kegiatan dan target kelompok, tetapi juga untuk berbagi komentar yang tak lagi disaring.

Berasal dari gabungan dua kata, *fanwar* diambil dari kata *fan* (penggemar) dan *war* (perang). Berawal dari saling bertukar pendapat dan berujung pada *fanwar* yang kadang diindikasikan sebagai wujud pembelaan penggemar terhadap idola. Berdasarkan pengamatan peneliti selama bertahun-tahun tertarik kepada musik pop dari negeri ginseng tersebut, konflik penggemar sering kali terjadi melalui media sosial, melihat bahwa fans dari seluruh dunia terhubung secara intens melalui media sosial. Dengan bermedia sosial penggemar akan secara leluasa mengekspresikan emosi dan melakukan aktivitas *fansgirling* dan *fansboying* yang diambil dari kata *fangirl* untuk penggemar perempuan dan *fanboy* untuk penggemar laki-laki.

Konflik atau perselisihan yang sering terjadi dikalangan penggemar ini acap kali dianggap sebagai suatu masalah yang sangat kompleks dan kekanakan-kanakan. Akan tetapi Lewis A. Coser, seorang ahli sosiologi terkenal dari Amerika justru mempunyai pandangan lain terhadap konflik. Coser berpendapat bahwa konflik justru memiliki “fungsionalitas” positif dalam masyarakat. (Khusniati, 2016).

Sehingga jika diselaraskan dengan fungsionalisme konflik dari Coser, konflik berbasis yang digital sering terjadi diantara *fandom* tersebut, baik oleh

penggemar BTS (Army) dan penggemar dari grup lain memiliki dampak positif terhadap solidaritas antar penggemar secara internal. Sebagai contoh *fanwar* terbesar yang pernah melibatkan *fandom* Army yakni Army melawan 19 *Fandom* yang bersatu melawan *fandom* BTS (Army) melalui *tweet replay* pada *twitter* dengan *hashtag* #ArmyAppologize, kemudian mendapat *tweet* balasan dari Army dengan *hashtag* sama yang kemudian mengambil alih *worldwide trend* dengan *tweet* yang berisi prestasi yang di capai oleh BTS.

Pasca konflik *tweet replay* tersebut, army yang merasa kecewa dikarenakan komentar kebencian dari 19 *fandom* lain tersebut, kemudian bersatu untuk mencapai target berupa pemecahan rekor untuk BTS untuk memperlihatkan kekuatan *fandom* mereka. Army dari seluruh dunia termasuk Indonesia berusaha menunjukkan kekuatan mereka dengan mencetak rekor dunia salah satu diantaranya yakni, MV Dynamite yang dirilis pasca terjadinya *fanwar* menjadi video dengan views terbanyak dalam 24 jam sepanjang sejarah dengan 101 juta penayangan pada saat perilisan, serta menjadi artis Asia pertama yang berhasil menduduki tangga *Billboard HOT 100* dalam dua minggu berturut-turut berkat kekuatan *streaming* dari Army, serta lagu savage love dari Jason Derulo featuring BTS yang meraih tangga satu *Billboard HOT100* pada posisi satu dengan BTS Dynamite yang masih bertahan di posisi dua yang sebelumnya bertahan di posisi satu dua pekan secara berturut-turut, serta mempertahankan predikat sebagai *Top Social Artist* pada *Bilboard Music Award 2020*. Selain itu, BTS mendapat tiga

rekor oleh *Guinness World Record*. Prestasi ini pun membuat presiden Korea Selatan mengucapkan terima kasih kepada BTS atas prestasi dan pesan positif dari lagu *Dynamite* terhadap situasi yang sulit akibat pandemi *Covid'19* yang mewabah dari awal tahun 2020.

Berdasarkan latar belakang di atas kemudian membuat peneliti tertarik untuk meneliti mengenai dampak positif konflik terhadap kelompok penggemar (*Fandom*) Army pasca konflik virtual pada media sosial *twitter*. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul “Fungsionalitas Konflik Virtual (*Fanwar*) pada *Tweet Replay* oleh *Fandom Army*. Studi Kasus Army Makassar”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan adalah sebagai berikut :

Bagaimana sebuah konflik pada *tweet replay twitter* “*fanwar*” mampu memberikan pengaruh positif kepada internal kelompok penggemar (*fandom*) Army Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sebuah konflik pada *tweet*

replay twitter “fanwar” mampu memberikan pengaruh positif kepada internal kelompok penggemar (*fandom*) Army Makassar.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Secara Teoritis diharapkan dapat menjadi referensi maupun acuan informasi dalam penelitian-penelitian selanjutnya mengenai fungsional konflik yang terjadi diantara komunitas penggemar. Serta diharapkan pula dapat menambah wawasan dari setiap pembaca, bahwasanya dari sebuah konflik yang terjadi diantara komunitas dapat memberikan dampak positif, khususnya pada internal komunitas yang berkonflik.

2. Manfaat Secara Praktis

Secara praktis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, serta dapat membantu sebagai bahan informasi mengenai “Fungsionalitas Konflik Virtual (*Fanwar*) pada *Tweet Replay* oleh *Fandom Army*. Studi Kasus Army Makassar”

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL

A. Landasan Teori Sosiologi Konflik: Dari Klasik ke Kontemporer

1. Teori Konflik Klasik

Konflik dipandang sebagai salah satu keadaan yang dapat mempengaruhi tatanan sosial. Adanya perbedaan kebutuhan dan kepentingan dalam sistem sosial mampu mengganggu stabilitas yang ada dalam masyarakat, sehingga hal ini sering ditandai sebagai disfungsi konflik terhadap komponen-komponen dalam masyarakat. Prof. Wardi Bachtiar (2010) dalam bukunya yang berjudul Sosiologi Klasik dari Comte hingga Parson, mengatakan bahwa konflik secara empiris tidak diakui oleh kebanyakan orang. Manusia akan lebih memilih stabilitas sebagai hakikat masyarakat, serta konflik merupakan kondisi realitas yang harus dihadapi oleh para ahli teori sosial dalam membentuk model-model umum perilaku sosial (Saputra, 2012).

Lahir dan tumbuh di masa revolusi industri pertama di Eropa dan liberalisme politik akibat pengaruh Revolusi Perancis. Industrialisasi secara dramatis mengubah tatanan dan struktur sosial yang ada dalam masyarakat

memberi landasan terhadap pemikiran Marx. Sistem kapitalisme kemudian membagi masyarakat kedalam dua kelas sosial, yaitu antara mereka yang memiliki modal dan mereka yang hanya memiliki tenaga yang secara tidak langsung menyebabkan perbedaan kepentingan ekonomi dari dua lapisan tersebut.

Masyarakat adalah arena bertarung individu dan kelompok dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Pertentangan menimbulkan dominasi dan subordinasi, kelompok yang dominan memanfaatkan kekuasaan mereka untuk menentukan struktur masyarakat sehingga menguntungkan kelompok mereka sendiri. Sehingga dapat dipastikan bahwa hubungan yang terjadi adalah eksploitasi ekonomi. Sehingga secara alamiah kelompok yang merasa tereksplorasi akan bangkit dan memberontak untuk menyuarkan hak-hak mereka. Untuk mengantisipasi kondisi ini kelas dominan akan membentuk benteng pertahanan yang kuat. Akibatnya timbullah konflik pertentangan kelas. Namun jauh sebelum revolusi industri pada abad ke-19 di Eropa tersebut, rupanya pengamatan terhadap fenomena konflik dan dinamika sosial telah muncul sejak abad ke-14 di Afrika pada masa Ibnu Khaldun (Susan, 2009).

Masa Khaldun ditandai oleh dinamika konflik perebutan kekuasaan oleh kelompok pada zaman itu mengutip dari Susan (2009). Perebutan kekuasaan dalam negara kekhalifahan membuat negara berada dalam ketidakstabilan politik. Sehingga kondisi inilah yang mempengaruhi pemikiran Ibnu Khaldun yang melihat dinamika konflik ditentukan oleh keberadaan kelompok sosial (*'ashobiyah*) yang

berbasis pada identitas, golongan, etnis maupun tribal mampu memberi kontribusi terhadap konflik. Kelompok sosial akan mampu mendominasi kekuasaan tatkala secara internal kelompok tersebut mampu menjaga solidaritas kelompoknya. Pemikirannya mengenai kelompok sosial, dominasi kekuasaan, dan dinamika konflik ini memiliki kemiripan dengan Karl Marx yang muncul lima abad kemudian.

Membahas teori sosiologi konflik klasik tentu tak lepas dari pemikir sosiologi lain seperti Max Weber dan George Simmel, faktanya mereka memberi sumbangsih besar terhadap perkembangan teori sosiologi konflik kontemporer. Weber mengistilahkan konflik sebagai suatu sistem otoritas atau sistem kekuasaan (Wirawan, 2012). Kekuasaan dianggap mendapat legitimasi dari masyarakat umum, sehingga dapat mengintegrasikan komponen dalam masyarakat, tetapi adanya otoritas pun mampu menciptakan kondisi-kondisi konflik.

Weber berhasil memberi analisis, mengenai stratifikasi yang lebih luas dalam dimensi ekonomi, status dan politik. Menurut Weber Tindakan manusia tidak hanya didorong oleh kepentingan material seperti yang dikemukakan Marx, tetapi juga oleh kepentingan-kepentingan ideal (Wirawan 2012). Weber memeprihatikan konflik adalah manifestasi tindakan manusia yang ingin meraih posisi dalam setiap stratifikasi sosial tersebut. Sehingga setiap relasi sosial dipengaruhi dan dibentuk oleh tindakan meraih posisi dalam stratifikasi sosial.

Adapun Simmel dikenal sebagai pelopor sosiologi konflik melalui analisis akademisnya mengenai sosiologi dan fungsi konflik dalam masyarakat. Berbeda dengan cara Marx melihat konflik, ia melihat bahwa hubungan sosial terjadi dalam konteks sistematis yang hanya dapat ditipekan sebagai pencampuran organik dari proses sosiologi dan disosiasi. Konflik bisa terjadi dimana-mana dalam sistem sosial, kenyataannya konflik adalah suatu prinsip operasional memelihara keseluruhan sosial dan atau beberapa bagiannya (Susan, 2009).

2. Teori Konflik Kontemporer

Lahirnya beberapa pandangan konflik pada abad ke-19 tersebut kemudian dipahami sebagai respon dari lahirnya *dual revolution*, yaitu demokratisasi dan industrialisasi (Mc Quarrie, 1995 dalam Susan, 2009). Sehingga kemunculan sosiologi konflik modern merupakan akibat dari realitas konflik dalam masyarakat industrial. Selain itu, dalam konteks akademis teori sosiologi konflik kontemporer adalah refleksi dari ketidakpuasan terhadap fungsionalisme struktural Talcot Parsons dan Robert K. Merton yang menilai masyarakat dengan paham konsensus dan integralistik secara berlebihan.

Sebagai pemikir sosiologi konflik kontemporer, Dahrendorf dalam buku yang ditulis oleh Bernard Raho, dalam teori konflik, kesetabilan atau keseimbangan merupakan hal yang terjadi karena adanya paksaan. Dahrendorf berbagi pemikiran yang melihat masyarakat terdiri atas otoritas untuk memaksa

atau menguasai bagian yang lain untuk menjaga kestabilan dan perubahan dalam masyarakat. Dalam buku yang sama juga dijelaskan bahwa, hal tersebutlah yang membawa Dahrendorf kepada tesis yang dikemukakan olehnya, di mana “distribusi otoritas atau kekuasaan yang berbeda-beda merupakan faktor yang menentukan bagi terciptanya konflik sosial yang sistematis” (Raho, 2007 dalam Susan, 2009).

Konflik adalah mata rantai antara konflik dan perubahan sosial. Konflik memimpin kearah perubahan dan pembangunan karena dalam situasi konflik golongan yang terlibat konflik melakukan tindakan perubahan dalam struktur sosial. Kalau konfliknya hebat, maka yang terjadi adalah perubahan secara radikal. Masyarakat selalu dalam kondisi konflik dengan menagabaikan norma-norma dan nilai yang berlaku umum yang menjamin terciptanya keseimbangan dalam masyarakat.

Dahrendorf melihat masyarakat berdimensi ganda, memiliki sisi konflik sekaligus sisi kerjasama. Segala sesuatunya dapat dianalisis dengan konflik dengan fungsionalisme struktural dan dapat pula dengan konflik. Meski keduanya tidak dapat berjalan bersama-sama dalam bentuk sebab akibat, serta keduanya tidak dipisahkan secara jelas sebagai fenomena yang berbeda dengan saling bergantung pada yang lain. Sehingga Dahrendorf dan Coser pun berharap agar perspektif konflik dapat digunakan dalam rangka memahami dengan lebih baik fenomena sosial (Susan, 2009)

a. Fungsionalisme Konflik Coser.

Sama halnya dengan Dahrendorf, Coser pun hadir dengan pandangan kritisnya terhadap struktural fungsional. Namun berbeda dengan Dahrendorf, Coser jika di kutip dari buku Upe (2010) menempatkan konflik sebagai bentuk interaksi sosial yang fundamental tidak atas distribusi otoritas. Teori konflik ia konsepsikan sebagai sebuah sistem sosial yang bersifat fungsional. Seperti juga halnya dengan George Simmel, yang berpendapat bahwa konflik merupakan salah satu bentuk interaksi sosial yang dasar, dan prosesnya berhubungan dengan bentuk-bentuk alternatif seperti kerja sama. Bagi Coser, konflik yang terjadi di dalam masyarakat tidak semata-mata menunjukkan fungsi negatifnya saja, tetapi dapat pula menimbulkan dampak positif.

Masyarakat yang terdiri atas bagian-bagian yang terhubung satu sama lain membentuk integrasi sosial, sehingga konflik dan pertikaian merupakan ciri khas setiap masyarakat yang bisa saja disebabkan oleh perbedaan tingkat kekuasaan maupun kepentingan. Namun meski disatu sisi mampu merusak suatu sistem, konflik justru memiliki fungsi positif disisi yang lain.

Bagi Coser (Ritzer & Goofman, 2005), konflik dapat membantu mengeratkan ikatan kelompok yang terstruktur secara longgar. Masyarakat yang mengalami disintegrasi atau konflik dengan masyarakat lain, dapat memperbaiki kepaduan integrasi secara internal. Hal ini dikarenakan di dalam suatu masyarakat

terdapat perbedaan-perbedaan yang tidak dapat dihindari karena hal ini merupakan tuntutan kebutuhan manusia yang memiliki orientasi dan tujuan hidup yang berbeda.

“Dalam pandangan Coser apabila konflik dilihat dari segi jelas dan tidak jelasnya sumber konflik, maka konflik dapat dibagi menjadi dua tipe utama yakni konflik realistik dan konflik non-realistik” (Poloma, 2000 dalam Upe, 2010). Konflik realistik dari Coser ini terjadi karena rasa kecewa atau tidak terima atas tuntutan-tuntutan khusus dalam suatu relasi. Dengan kata lain, konflik realistik adalah konflik yang jelas sumber dan penyebabnya. Sedangkan untuk konflik non realistik diluar dari tujuan-tujuan saingan antagonistik, melainkan kebutuhan untuk meredakan ketegangan meski hanya sepihak saja. Seperti konflik yang menggunakan pengkambinghitaman yang biasa kita lihat pada perseteruan partai-partai politik dan bisnis.

Pembagian konflik Coser dapat juga dilihat dari *in group* dan *out group* serta konflik yang terjadi dalam hubungan intim. Konflik *in group* dan *out group* yang dimaksud adalah konflik yang melibatkan dua kelompok yang saling berbeda satu sama lain. Baik dari segi struktur organisasi atau teritorial, perbedaan keyakinan atau konsep dan lain sebagainya dalam buku karya Upe (2010). Sebagai contoh konflik yang melibatkan dua kelompok penggemar K-Pop (*fandom*) yang sering kita jumpai melalui media sosial baik di *twitter*, *instagram*

bahkan dalam kolom komentar artikel online dan channel youtube yang membahas grup idola mereka.

Menurut pandangan Coser dan para penganut teori konflik pada umumnya, perbedaan-perbedaan yang terdapat dalam masyarakat adalah suatu hal yang mutlak adanya sebagai suatu tuntutan terhadap kebutuhan manusia dalam mempertahankan kelangsungan hidup. Sehingga konflik merupakan suatu keniscayaan yang tidak dapat dihindari dalam kelangsungan hidup manusia, bukan hanya dalam in group dengan out group saja tetapi juga di dalam kelompok (*in group*) sendiri tidak dapat menghindari dari dinamika konflik (Upe, 2010).

Lebih jauh Coser menggambarkan bahwa fenomena konflik juga terjadi dalam hubungan yang intim (*intimated relation*). Dalam kaitannya dengan ini, ia mengemukakan bahwa pengungkapan gejala-gejala konflik dalam hubungan yang intim sangat sulit bila dibandingkan dengan gejala-gejala konflik yang terjadi pada masyarakat yang pola hubungannya sekunder. Namun, pengungkapan gejala-gejala konflik dalam suatu hubungan intim sangat penting untuk menyelamatkan kontinuitas keutuhan hubungan tersebut. Sebab apabila gejala konflik itu terus ditekan, maka hal itu akan memicu munculnya konflik yang sangat besar yang dapat mengancam keutuhan suatu hubungan. Sebagai contoh konflik dalam sebuah rumah tangga yang berakhir pada perceraian. Mungkin masalah kecil yang mereka hadapi selama hubungan mereka pendam dan biarkan terakumulasi membentuk gunung es yang siap meledak sewaktu-waktu.

Konflik merupakan suatu cara atau alat untuk mempertahankan, mempersatukan, dan bahkan mempertegas sistem sosial yang ada. Contoh yang paling jelas dalam memahami fungsi konflik adalah hal-hal yang menyangkut dinamika hubungan antara *in group* (kelompok dalam) dengan *out group* (kelompok luar) (Upe, 2010). Coser kemudian mengemukakan beberapa fungsi konflik. Pertama, konflik dapat menciptakan integrasi dalam kelompok dan mampu meningkatkan solidaritas antar anggota. Pada dasarnya konflik memiliki kekuatan integratif, maksudnya pada saat terjadi konflik dengan pihak luar maka secara spontan anggota kelompok memperkuat integrasi sosial untuk menghadapi pihak lawan dari luar. Fenomena seperti ini terjadi karena pada dasarnya setiap manusia memiliki *sense of belonging* terhadap kelompoknya, dan *sense of belonging* ini biasanya diikat oleh suatu keyakinan dan nilai yang sama antar anggota, sehingga ketika nilai dan keyakinan itu disentuh, maka secara spontan mereka akan melawan secara kolektif.

Kedua, konflik dapat mempertegas batas teritorial antara kelompok yang berkonflik. Ketiga, konflik juga memiliki fungsi untuk menciptakan aliansi–aliansi atau pengelompokan. Konflik yang terjadi dalam suatu kelompok misalnya akan memunculkan perpecahan atau pengotakan karena kurangnya toleransi, dan semakin tingginya tekanan pada konsensus dan komformitas. Contoh kasus dalam hal ini, ketegangan yang terjadi antar anggota kelompok penggemar K-Pop dikarenakan tingginya rasa cinta kepada bias atau anggota terfavorit mereka

dalam grup sehingga ketika mereka merasa sang bias diperlakukan tidak adil maka mereka tak akan segan memberikan komentar buruk pada anggota group idol mereka yang lain sehingga akan memunculkan sentiman antar anggota *fandom* untuk melindungi bias mereka masing-masing. Kalangan penggemar K-Pop kemudian menyebut hal ini sebagai *solo stan* atau mencintai satu *member* saja dari sebuah grup idola.

Coser sendiri mengakui bahwa semua hubungan sosial pasti memiliki tingkat antagonisme tertentu, ketegangan atau perasaan-perasaan negatif. Tidak terelakkannya ketegangan dan perasaan-perasaan negatif merupakan hasil dari keinginan individu untuk meningkatkan kesejahteraannya, kekuasaan, prestise, dukungan sosial, atau penghargaan-penghargaan lainnya. Karena itu pokok yang penting bukanlah ketegangan atau konflik itu ada dalam kelompok dalam atau tidak, melainkan bentuk ketegangan atau konflik seperti itu. Sehingga didalam *in group* beberapa anggota menganggap hal ini jelek dan menolak kehadirannya, sebagian diantaranya mungkin saja secara terbuka mengenai adanya perbedaan diantara anggota karena kepentingan yang saling bertentangan dan kemudian membangun mekanisme dan mengatasinya. Oleh sebab itu menjadi hal wajar jika seorang anggota kelompok atau pemimpin membangun dinamika dengan kelompok luar untuk memperkuat solidaritas atau mengintegrasikan internal kelompok.

Keempat, melalui konflik kita dapat mengetahui kekuatan lawan. Dengan konflik kita dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan lawan. Tentunya ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam peralatan tempur dan juga pengetahuan terkait kelebihan dan kekuatan lawan dapat menjadi tolak ukur untuk lebih bekerja secara maksimal untuk meningkatkan produktivitas dalam bidang yang menjadi *trend* dan *concern* kelompok yang berkonflik.

Kelima, konflik juga dapat berfungsi sebagai katup penyelamat (*safety valve*). Agar suatu konflik tidak langsung menyentuh suatu inti sistem maka dibutuhkan *safety valve* sebagai penyangga. Misalnya dalam penerimaan mahasiswa baru di suatu universitas, maka pihak universitas akan membentuk panitia penerimaan mahasiswa baru baik tingkat universitas, fakultas dan departemen atau jurusan. Agar mahasiswa ketika melakukan protes melalui panitia penyelenggara terlebih dahulu yang notabeneanya tidak memiliki otoritas untuk mengubah prosedur yang ada.

Dari pemaparan singkat tersebut dapat disimpulkan bahwa pemikiran fungsionalisme konflik Coser adalah suatu pemikiran yang mencoba menjembatani kedua kutub pemikiran sosiologis dari pemikir fungsionalisme dan konflik yang terjebak dalam perbedaan yang sangat ekstrem, fungsionalisme yang berangkat dari sebuah frame yang mendewakan konsensus dan integrasi sebagai prinsip dasar dalam suatu masyarakat. Sedang teori konflik berangkat dari sebuah

frame yang mendewakan konflik sebagai suatu hal yang inheren dalam kehidupan masyarakat, suatu konsekuensi logis dari perbedaan tujuan dan orientasi dalam menata kehidupan masyarakat. Coser kemudian berkesimpulan, kehidupan masyarakat disamping dibangun atas dasar konsensus dan integrasi, juga dibangun oleh konflik. Sebab konflik dapat memperkuat dan mempertegas integrasi sosial.

B. Konflik Army (*Adorable Representative MC For Youth*)

Meski bukan organisasi dalam pengertian konvensional, namun kelompok penggemar "*Adorable Representative MC For Youth*" atau lebih singkat dikenal sebagai Army tersebut adalah komunitas yang terbentuk secara spontan dan fleksibel karena perasaan yang sama. Organisasi yang tidak memiliki struktur tersebut dikenal dengan sebutan *fandom* dikalangan penggemar *K-Pop*. Sudah menjadi budaya bagi grup idola yang berasal dari Korea Selatan untuk memiliki *fandom* atau kelompok penggemar, sehingga Army hadir sebagai *fandom* yang mewadahi penggemar grup BTS.

Fandom hadir karena perasaan yang sama, serta menjadi reaksi spontan dan pembuatan diri yang rekursif dan kontingen penggemar. Semua penggemar yang terwadahi oleh sebuah *fandom* dapat menjadi pemimpin secara fleksibel dan ikut andil dalam mengambil tindakan. Artinya penggemar bisa dengan bebas

menciptakan identitas diri yang majemuk sebagai penyelenggara, pemimpin dan anggota dalam kelompok ini.

“Suatu kelompok sosial akan mendominasi kekuasaan tatkala internal kelompok tersebut mampu menjaga solidaritas kelompoknya” (Susan, 2009). Sebagai *fandom* yang dikenal dengan loyalitasnya yang tinggi, kuat dalam hal massiffitas, Army yang hadir pada fanmeeting pertama BTS pada tahun 2013 hanya terdiri 32 orang itu kini memiliki anggota puluhan juta dari seluruh dunia. Hal ini membuktikan bahwa 8 tahun perjalanan karir musiknya, BTS mampu mengumpulkan penggemar yang terintegrasi secara global, sehingga dominasi Army diantara kelompok penggemar K-Pop pada masa sekarang adalah wujud solidaritas tinggi penggemar BTS tersebut. BTS mendominasi diantara bintang hallyu, dan Army yang mendominasi diantara kelompok penggemar K-Pop.

Namun sebagai kelompok sosial yang muncul dalam masyarakat modern, *fandom* yang menjadi bagian dari Korean Wave khususnya K-Pop tidak lepas dari konflik yang menjadi bagian fundamental dari interaksi antar penggemar. Sebagai kelompok penggemar, Army cukup sering berkontribusi dalam konflik yang terjadi melalui media sosial sebagai konsekuensi dari relasi tak terbatas atas kehadiran jejaring sosial yang semakin berkembang. Media sosial tidak hanya digunakan penggemar dalam memuja-memuji idola, tapi juga untuk meninggalkan komentar dengan kalimat tidak sopan, fitnah, omong kosong,

hinaan baik kepada idola maupun kepada sesama penggemar yang secara tidak langsung mengakibatkan kekerasan verbal berikutnya secara virtual.

Konflik secara etimologis adalah pertengkaran, perkelahian, perselisihan tentang pendapat atau keinginan atau perbedaan, pertentangan berlawanan dengan, atau berselisih dengan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) konflik mempunyai arti percekocan, perselisihan dan pertentangan. Sedangkan menurut kamus sosiologi konflik bermakna *the overt struggle between individuals or groups within a society or between nation states*, yakni pertentangan terbuka antara individu-individu atau kelompok-kelompok di dalam suatu masyarakat atau antara bangsa-bangsa

Media sosial yang juga digunakan sebagai sarana *fanwar* bukan hanya sebagai media sosialisasi kegiatan dan target kelompok, tetapi juga untuk berbagi komentar yang tak lagi disaring. Salah satunya yakni *fanwar* atau perang antara Army melawan 19 *fandom* lain *twitter* pada tahun 2020 lalu, hal ini dikarenakan 19 penggemar membuat aliansi untuk mendukung salah satu grup K-Pop yang menjadi saingan BTS pada saat itu disebuah acara penghargaan musik. Sehingga Army tidak bisa mengakses situs poling dikarenakan banyak anggota *fandom* lain yang idolanya tidak dinominasikan mengunjungi situs dan tidak melakukan log out dan membantu situs poling.

Hal ini kemudian mengundang kemarahan besar sejumlah Army di *twitter*, namun 19 *fandom* tersebut kemudian beramai-ramai menuntut permintaan maaf dari Army dengan *hashtag* “*army appologize*” karena mendapat *tweet* berisi kemarahan. Namun naluri penggemar dalam memperjuangkan idola, membuat Army internasional yang mengetahui hal tersebut ramai membalas dengan *hashtag* sama tidak dengan permohonan maaf tapi berupa *tweet* yang berisi prestasi yang telah didapat BTS, untuk memperlihatkan bahwa kalah dalam penghargaan karena dicurangi tersebut tidak seberapa. Karena partisipasi Army dari berbagai negara tersebut membuat *hashtag* “*army appologize*” mengambil alih trending satu dunia di *twitter*. Selaras dengan sifat manusia yang menjadi bagian dari suatu kelompok untuk memenangi dan menguasai. Sehingga hal yang wajar jika kita melihat *fanwar* atau perang virtual terjadi secara berlarut-larut karena mereka pantang mengalah.

Penggemar tidak lagi menyaring bahasa yang digunakan dalam komentar dikarenakan penggemar merasa bahwa sebuah tulisan tidak akan meninggalkan bekas seperti yang diakibatkan sebuah pukulan, dan mengindahkan fakta bahwa sebuah tulisan pada dunia maya meninggalkan jejak digital dan mampu melukai seseorang secara psikis. “Menurut Tabroni (2012), etika melukiskan tingkah laku moral dalam arti luas, misalnya kebiasaan, anggapan baik dan buruk, tindakan yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan”(Ratna dalam Prasetyo dkk, 2015). Kebiasaan yang dilakukan dalam berkomunikasi di era digital tidak lagi melalui

tatap muka tetapi melalui media sosial. Sehingga dapat dikatakan bahwa fenomena *fanwar* adalah salah satu bukti lunturnya etika dalam kebiasaan dan perilaku oleh penggemar sebagai masyarakat digital.

Salah satu cara kelompok penggemar dalam meredam *fanwar* yang terjadi melalui jejaring sosial tersebut, yakni dengan membuat atau menyusun target dengan tujuan agar pencapaian kelompok meningkat dari yang sebelumnya (rekonstruksi pencapaian) oleh beberapa anggota sebagai akibat dari tidak adanya struktur formal. Pencapaian besar tersebut diharapkan mampu membangun citra dan popularitas fandom, juga kekuatan dominasi atas kelompok-kelompok penggemar K-Pop.

Melalui teori fungsionalisme konflik miliknya, Coser memberi perhatian pada adanya konflik eksternal dan internal (*out group, in group*) (Susan, 2004). Coser memberikan perhatian terhadap konflik eksternal dan internal. Konflik eksternal mampu menciptakan dan memperkuat identitas kelompok, kuatnya batasan diantara dua kelompok dalam sistem sosial memperkuat kesadaran, kesadaran kembali atas keterpisahan sehingga menciptakan kesadaran dalam kelompok identitas sehingga dapat meningkatkan partisipasi anggota terhadap kelompok. Adapun konflik didalam kelompok atau dikenal sebagai konflik internal memberikan fungsi terhadap kelompok identitas untuk memperbaiki kesalahan perilaku apabila dianggap menyimpang dari norma yang berlaku pada suatu kelompok

Konflik eksternal mampu menciptakan dan memperkuat identitas kelompok. Konflik mampu menciptakan batasan-batasan antara dua kelompok dalam sistem sosial dengan memperkuat kesadaran dan kesadaran kembali atas keterpisahan sehingga menciptakan kesadaran identitas dalam kelompok sistem (Cosser, 1957 dalam Susan, 2004). Selanjutnya konflik menjadi proses refleksi kelompok-kelompok identitas mengenai kelompok diluar mereka sehingga meningkatkan partisipasi setiap anggota terhadap pengorganisasian kelompok.

Sebagai dampak dari fanwar yang melibatkan Army melawan 19 *fandom* tersebut, Army kemudian membuat target untuk menyambut perilisan lagu baru Dynamite BTS pada tahun 2020 lalu. Dengan partisipasi massif dari penggemar dari seluruh dunia membuat lagu Dynamite mencetak rekor luarbiasa. Satu sebagai MV tercepat sepanjang sejarah dunia yang mampu mencapai 101 juta penyangan dalam kurun waktu kurang dari 24 jam di youtube pada saat perilisan, lagu dari grup Asia pertama yang menduduki posisi satu di tangga Billboard Hot 100 A.S dua minggu berturut-turut, mencetak rekor Guineess World tiga sekaligus, serta masuk sebagai nominasi Grammy Awards melalui single tersebut sebagai satu-satunya grup asia yang dinominasikan diajang penghargaan bergengsi Amerika sepanjang sejarah tersebut, dan masih banyak lagi. Sehingga dapat dikatakan konflik memiliki peran penting dalam menumbuhkan solidaritas diantara anggota *fandom*.

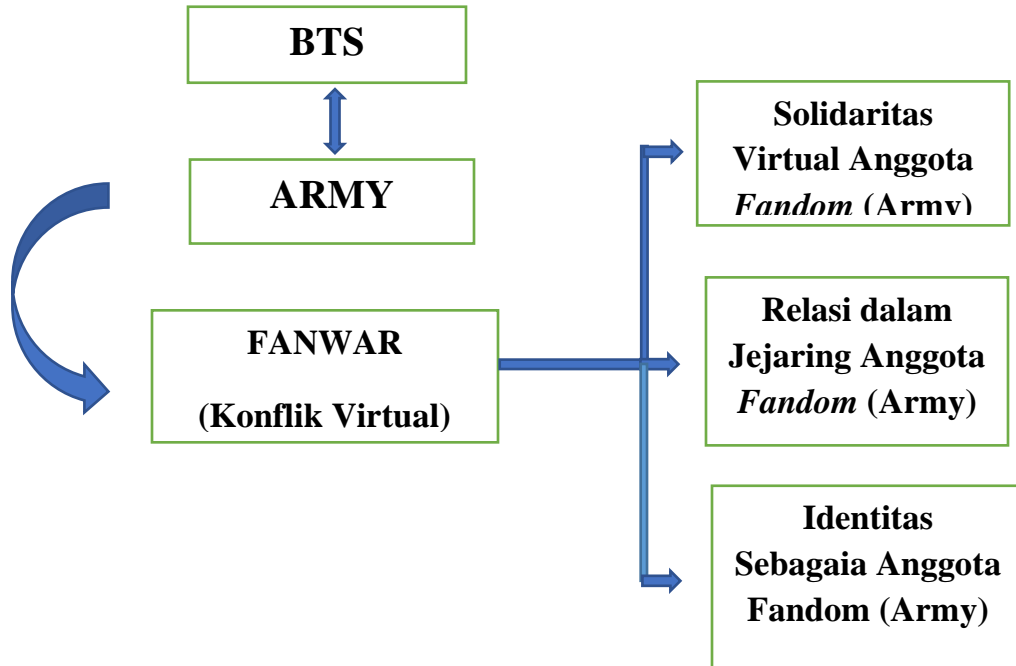
C. Kerangka Konseptual

Setelah melihat fenomena konflik yang terjadi antara Army dan kelompok penggemar lain, Army tentu tak juga lepas dari konflik dengan sesama penggemar BTS. Hal ini dikarenakan latar penggemar yang memiliki *Bias* (anggota grup yang paling disukai atau diandalkan). Sehingga tidak jarang pula terjadi perselisihan diantara Army.

Berpatokan pada permasalahan tersebut, konflik virtual (*fanwar*) yang sering terjadi dikalangan penggemar tersebut memberikan dampak positif terhadap internal *fandom*, baik berupa pembentukan solidaritas, peningkatan partisipasi, dan memperkuat identitas, sebagaimana telah dijelaskan diatas.

D. Skema Kerangka Konseptual

Gambar 4. Skema Kerangka Konseptual



E. Penelitian Terdahulu

Tabel. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Adesari Aviningtyas, Lisa Lindawati, S.I.P., M.A (2019)	Dinamika <i>Fanwar</i> K-Pop (Analisis Isi Kuantitatif Dinamika <i>Fanwar</i> pada <i>Tweet Replay Fandom Army</i> dan <i>Exo-L</i> terhadap <i>Tweet Berita @soompi</i> periode 1 Oktober-31 Desember 2017)	Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode pendekatan kuantitatif dan metode analisis isi.	Melalui interaksi di media sosial seperti <i>Twitter</i> , fans K-Pop menunjukkan kecenderungannya dalam memihak dan memaknai kesuksesan idolanya. Hasil penelitian menemukan bahwa <i>fans</i> dari kedua <i>fandom</i> berperan aktif dalam aktivitas <i>fanwar</i> . ARMY yang lebih berperan sebagai pemantik interaktivitas antar fans dan EXO-L kerap memancing perseteruan dengan lebih banyak mengunggah <i>tweet reply</i> negatif. Untuk penggunaan jenis flaming, <i>Direct Intentional Flaming</i> dan <i>Hot Flames</i> menjadi dua model yang paling banyak ditemukan dengan presentase masing-masing 84,1% dan 59%.	Meskipun membahas tentang peran aktif penggemar pada aktivitas <i>fanwar</i> melalui media sosial seperti <i>twitter</i> yang cenderung dimaknai sebagai pemihakan terhadap idolanya, tetapi penelitian ini akan berfokus kepada dampak yang ditimbulkan pasca konflik <i>tweet replay</i> negatif dalam menggunakan sosial media <i>twitter</i> . Bagaimana sebuah <i>fanwar</i> mampu meningkatkan partisipasi aktif dari anggota kelompok penggemar (<i>fandom</i>)

					Army, sehingga kontribusi massif dari penggemar tersebut mampu mendukung tercapainya target-target yang ingin dicapai oleh kelompok.
2	Natazha Putri Agnesia (2019)	<i>Fan War Fans K-Pop dan Keterlibatan Penggemar dalam Media Sosial Instagram.</i>	Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis tekstual isi dengan pendekatan analisis kualitatif deskriptif. Analisis dilakukan dengan cara memaknai pesan yang disampaikan dalam medium <i>instagram</i> pada kolom komentar oleh penggemar K-Pop dari kedua grup berkonflik, kemudian dikaitkan	Hasil Penelitian membuktikan bahwa fanwar terjadi karena dipicu oleh banyaknya <i>fake account</i> yang berbaran di <i>instagram</i> dan ini yang mendorong akun-akun yang berisi identitas asli mempercayai hal-hal yang diprovokasikan oleh <i>fake account</i> tersebut. Akun asli cenderung memperbaiki struktur yang ada agar tetap menjadi kesatuan dan tidak menimbulkan perselisihan, namun karena adanya <i>fake account</i> berita bohong dan komentar sarkastis lebih cepat diproduksi dan pada	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Natazha Putri Agnesia dan penelitian ini secara garis besar berada pada penggunaan media sosial yang digunakan oleh penggemar. Pada kesempatan ini peneliti akan berfokus pada konflik virtual (<i>fanwar</i>) yang terjadi dikalangan kelompok penggemar K-Pop yakni Army sebagai penggemar BTS pada media sosial

			<p>dengan data dan teori yang berkaitan dengan identitas, verifikasi diri, eksistensi, perilaku agresif dan fanatisme.</p>	<p>akhirnya memprovokasi akun asli untuk ikut terlibat <i>fanwar</i>. Pun ditemui dilapangan bahwa seseorang dapat memiliki lebih dari dua akun palsu yang salah satunya merusak ketentraman <i>fandom</i> dengan menyebarkan komentar verbal berkonotasi negatif. Melalui hal ini pengaruh yang timbul akibat akun palsu dapat berpotensi memicu <i>fanwar</i>, berita palsu atau kebohongan dalam konteks apapun sangatlah mudah diproduksi dan kemudian memprovokasi akun asli.</p>	<p><i>twitter</i>. Jika pada penelitian sebelumnya membuktikan bahwa <i>fanwar</i> terjadi karena sering dipicu oleh keberadaan akun palsu yang banyak digunakan penggemar pada <i>instagram</i>, maka pada penelitian ini akan membahas bahwa media sosial <i>twitter</i>, meski minim akan akun palsu penggemar justru tidak lepas dari perang tweet replay (<i>fanwar</i>). Hal ini dikarenakan konflik menjadi bagian dari interaksi sosial.</p>
3	Witri Yulianti (2021)	Fenomena <i>Fanwar</i> Dikalangan Penggemar K-Pop pada Media Sosial	Metode Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian	Fenomena <i>Fanwar</i> di kalangan penggemar K-Pop terjadi ketika <i>fans</i> merasa jenuh dengan kelakuan para antifans yang	Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Witri Yulianti tersebut, penelitian kali

		<i>Instagram.</i>	kualitatif.	<p>selalu membandingkan antara idola satu dengan idola lainnya. <i>Fanwar</i> antar penggemar idol terjadi karena berbagai faktor diantaranya: penggemar selalu membandingkan prestasi idola mereka, dari penjualan album, porolehan jumlah award dan sebagainya. Fans juga selalu memperdebatkan siapakah idola yang paling populer bahkan di kancah internasional, penggemar juga selalu mempermasahkan title yang disandang oleh sebuah grup idol seperti <i>The Biggest Girl Group, World Domination, Nation's Girl Group, Queen of K-Pop</i> dan lain-lain sebagainya.</p>	<p>ini akan berfokus kepada dampak yang disebabkan oleh konflik yang dikenal sebagai <i>fanwar</i> tersebut terhadap stabilitas dan loyalitas penggemar pasca <i>fanwar</i>. Sehingga jika dilihat dari sisi yang berbeda, kelompok penggemar BTS atau dikenal sebagai Army yang cukup sering terlibat <i>fanwar</i> dengang <i>fandom</i> lain justru semakin eksis dan massif, tidak hanya pada mengenai <i>vote</i> pada acara penghargaan yang menominasikan idola, juga kepada kegiatan amal meski sering mendapat komentar negatif dari non</p>
--	--	-------------------	-------------	---	---

					K-Popers yang menganggap mereka terlalu fanatik.
--	--	--	--	--	--

Dari ketiga penelitian di atas, dapat dilihat perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti sekarang. Ketiga penelitian di atas lebih berfokus pada aktivitas fanwar yang dilakukan oleh kelompok penggemar, mulai dari penyebab konflik maupun label negatif kepada penggemar sebagai akibat sikap fanatisme dalam mengidolakan *boyband* atau *girlband* dari Korea Selatan. Sedangkan penelitian ini akan melihat dari sisi berbeda bahwa sebuah konflik dapat memperbaiki internal sebuah kelompok. Sehingga melalui aktivitas fanwar penggemar pada sosial media kita tidak hanya melihat disfungsi konflik, tetapi juga fungsi positifnya.